

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmad, A., et al. (2021). Optimizing the use of digital marketing for increasing sales volume at MSMEs in Mataram, Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 34–40.
- Afnain, R., Heryani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy segmenting, targeting, dan positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(2), 98–124.
- Az-Zahra, N. S. (2021, November). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 1(1), 77–88.
- Basu, S. (2019). *Manajemen pemasaran modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- El Ghifari, L. F., & Supendi, M. (2024). Penerapan strategi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504–512.
- Erman, E., & Purnomo, M. (2022). Implementation of digital marketing in increasing the sales of MSME products in the culinary field (Studies in Subdistrict Limbangan, Regency Kendal). *International Journal of Business and Economics*, 2(1), 117–120.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi ZIO Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fatimah, F. N. D. (2020). *Teknik analisis SWOT: Pedoman menyusun strategi yang efektif & efisien serta cara mengelola kekuatan & ancaman*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Hendrasari, E., Isnata, F., & Yulfajar, A. (2023). Penerapan digital marketing terhadap penjualan UMKM Filiya Galeri. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 3(2), 188–193.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.

- Meliana, N. I. N. G. T. I. A. S. (2021). Peran usaha mikro kecil menengah (UMKM) tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Abian Tubuh (Studi kasus di Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram].
- Nafarin, M. (2015). Manajemen keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
- Noviaty, E., Aslamiah, A., & Citra, C. (2022). Pengaruh digital marketing dan harapan pelanggan terhadap keputusan pembelian McDonald Cipayung Jakarta Timur tahun 2022. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 34–43.
- Nur'aini, D. F. (2019). Analisis SWOT untuk bisnis dan manajemen strategik. Bandung: Pustaka Media.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing: Konsep dan implementasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Putri, R. M. (2017). Pengantar pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Rachmawati, M., Widagdo, T. H., Sudiyono, S., Nurcahyo, S. A., & Ali, A. (2023). Implementation of digital marketing strategy in MSME development in Candisari Ungaran Village. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 4(8), 707–713.
- Rahmawati, L., & Ikaningtyas, M. (2023). Penerapan digital marketing untuk mendukung UMKM Segigit Snack di Kebumen. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 63–71.
- Saparso, D. (2021). Strategi pemasaran dan positioning. Surabaya: Literasi Nusantara.
- Sayyid, A. (2020). Digital marketing dan strategi pemasaran modern. Malang: Pustaka Ilmu.
- Sudaryono. (2016). Dasar-dasar manajemen pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tulus, T. H. (2017). Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah: Isu dan strategi. Jakarta: LP3ES.
- Tyara, I. N. A., & Hanifah, L. (2023). Penerapan digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM Kabupaten Lamongan ditinjau dari perspektif pemasaran syariah. *Rizquna: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 27–42.

- Wati, R., et al. (2020). Digital marketing dalam praktik UMKM. Bandung: Literasi Nusantara.
- Wijaya, M. H., Pujiyanto, P., & Wibawa, M. (2020). Sebuah perancangan brand identity industri kecil menengah “Pawone Unin” sebagai identitas usaha katering di kota Malang. MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 2(2), 67–77.