

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, P., Kuswanto, A., & Sofyan, M. A. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Rempyek Di Desa Battembat. *Al Naqdu: Jurnal Kajian Keislaman*, 3(2), 153-165.
- Alamsyah, D. P., Indriana, Ratnapuri, C. I., Aryanto, R., & Othman, N. A. (2021). Digital Marketing: Implementation of Digital Advertising Preference To Support Brand Awareness. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(Special Issue 2), 1-11.
- Arimurti Rizqa, Raflah, W. J., & Dev, M. E. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk-Produk Umkm Bumdesa Kuala Alam Bandar Jaya. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (9(2), 119-128).
- Azizul Kholis, S. L. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*. Economic & Business Publishing: Medan, Sumatra Utara.
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science* (1(1), 77-88), UIN Raden Intan Lampung, Bandar Lampung.
- DJPB, D. J. (2024). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Diakses dari Kementerian Keuangan RI: <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html> diakses 4 November 2024.
- Dr. Drs. Nganto, M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia: Sumurboto Banyumanik, Semarang.
- Encep Saefullah, S. M. (2022). *Manajemen Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. (S. M. Rfi Tajuroh Afiah, Ed.). CV. Eureka Media Aksara,Bandung.
- El Ghifari, L. F., & Moh. Supendi. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504–512.
- Farida Yulianti, S. M. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Vol. viii). CV. Budi Utama, Yogyakarta.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 16–20.

- Hartanto, Y., Firmansyah, M. A., & Adhrianti, L. (2022). Implementation Digital Marketing Pesona 88 Curup in to Build Image for the Decision of Visit Tourist Attraction. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes2021)* (589-594), Advances in Social Science, Education and Humanities Research, (658). Atlantis Press, Paris, France.
- Hendrayani, E. (2021). *Analisis strategi pemasaran pada MAMI Hotel. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEBAKU)*, (1(3), 67–073).
- Iin Khairunnisa, D. E. (2022). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. (M. T. Ariyanti, Penyunt.) PT. Global Eksekutif Teknologi, Tangah Padang, Sumatra Barat.
- Ivonne Ayesha, I. W. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. (S. A. Riyanto Wujarson, Penyunt.) PT. Global Eksekutif Teknologi, Tangah Padang, Sumatra Barat.
- Khoerunnisa, N. K. (2020). *Digital Marketing (Marketing Strategic In Digital Era)*. Program Studi Vokasi Humas UI, Jakarta.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). Marketplace. In *IEEE Internet Computing* (6(3)). IEEE Computer Society: NY, New York.
- Lintang, I. (2024). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024*. (PT. Indonesia News Center) Diakses dari inilah.com: <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia> pada tanggal 2 September 2024.
- Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. (2021). Implementasi Digital Marketing pada UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 (Study pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1), 29–35.
- Nuzulia, A. (2020). Segmenting, Targeting Dan Positioning. In *Angewandte Chemie International Edition* (6(3)). Wiley-VCH, Weinheim, Germany.
- Pramawati, I. D. A. Tantri, Putri, K. M. D., & Mulyawan, A. (2020). *Implementasi Digital Marketing pada UMKM di Kabupaten Klungkung dalam Meningkatkan Profit. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 263–275.
- Rizaty, M. A. (2022). *20,76 Juta UMKM di Indonesia Masuk Ekosistem Digital pada 2022*. Diakses dari dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/ekonomi/detail/2076-juta-umkm-di-indonesia-masuk-ekosistem-digital-pada-2022> diakses 27 Desember 2022.

- Saparso. (2019). *The marketing process*. In J. E. Spillan & J. R. Ramsey (Eds.), *Navigating Commerce in Latin America: Options and Obstacles* (Bab 9). Routledge, London, UK.
- Sugito, Dr. S., Sairun, A., Ikbar Pratama, I., & Indah Azzahra. (2022). *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)* (Yuan Anisa, S.Si., M.Si., & Annisa Zuhaira, S.Kom., Eds.). ISBN 978-602-1577-89-9, Universitas Medan Area Press, Deli Serdang.
- Sya'idah, E. H., Jauhari, T., Sugiarti, N., & Dewandaru, B. (2019, November). The implementation of digital marketing towards brand awareness. In *International Conference on Social Science 2019 (ICSS 2019)* (pp. 1029-1033). Atlantis Press.
- Wardhana, A., Situmorang, T. P., Savitri, C., Herawati, A., Sudirman, A., & Pasaribu, P. N. (2023). *Manajemen Pemasaran (Implementasi Marketing 4.0)*. ISBN 978-623-195-308-7, Media Sains Indonesia, Bandung.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. ISBN 978-602-5872-13-6, Universitas Mahasaraswati Press, Denpasar, Bali .