

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F., Yusnani, Y., & Nita, S. (2023). Implementation of Digital Marketing in Building Padang City Branding. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(1), 139-143.
- Agustina, P., Kuswanto, A., & Sofyan, M. A. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Rempeyek Di Desa Battembat. *Al Naqdu: Jurnal Kajian Keislaman*, 3(2).
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi pengembangan SDM, strategi bisnis, dan strategi MSDM (suatu kajian studi literatur manajemen sumberdaya manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Ahmad, I., Kom, S., Kom, M., Djajasinga, I. N. D., Astuti, S. D., Annisa Sanny, S. E., ... & Ani Mekaniwati, S. E. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital marketing: Tinjauan konseptual*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta, Jawa Tengah: Deepublish.
- Farida Yulianti, F., & Lamsah, L. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-14.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.

- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro â€œBunda Culinary. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127-138.
- Kotler dan Keller.(2016). Pemasaran.1-13. (<http://repository.uib.ac.id/2689/5/k-1541029-chapter2.pdf>), diakses pada 20 Mei 2024
- Lamb, C. W., Hair Jr, J. F., McDaniel Jr, C., Summers, J., & Gardiner, M. (2018). *Mktg4*. Cengage AU.
- Mariantha, N. (2018). *Manajemen Biaya (Cost Management)*. Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa.
- Munandar, Dadang. (2022), *Digital Marketing, Cipta Media Nusantara*, Surabaya.
- 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.
- Pramawati, I. T., 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.
- Rusdana, N. R., Choirani, S. J., & Friska, A. S. (2022). Digital marketing communication strategy for micro, small and medium enterprises (MSMEs) in business competition. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, 2(1), 163-168.
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Digital marketing*. UMSIDA Press.
- Sari, R. A., Domos, E., & Asfina, R. (2025). Implementasi Artificial Intilience Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Pondok Rajut Ummu Kabupaten Bengkalis. Tanjak: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 8-15
- Widodo, J. S. (2022). Determination of Digital Marketing: Influencer Marketing, Social Media and E-Commerce (Literature Review). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(3), 304-314.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT.