

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.
- Amaliyah, dkk (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. sumber diskusi Lazuardy et al., *Jurnal Nasional*, 2022.
- American Marketing Association (AMA). (2020). *Digital Marketing Definition*. Diakses dari <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>
- Andrian, Nursal, F., Jumawan, & Hadita. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri.
- Ariska, R. A., Purwitasari, F., & Yustie, R. (2022). *Digital Marketing Channels in Micro, Small and Medium Enterprises in Surabaya City. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 686–687.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran: Dasar dan Pengantar Manajemen Pemasaran*. LD Media.
- Astuti, M., & Amanda, A. R (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Az-Zahra, N. S. (2023). Implementasi *Digital Marketing* Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*. Fakultas Tarbiyah IAIN Kudus.
- Chaffey, D (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson.
- Farhan, M., & Nurendah, Y. (2022). Tinjauan segmenting, targeting, dan positioning pada PT Cimory Dairyland Puncak. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 3(2), 119–128.

- Firmansyah, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UMSurabaya Publishing.
- Harmayani, E., dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Hussain, H. N., Alabdullah, T. T. Y., & Jamal, K. A. M (2023). Implementing Technology for Competitive Advantage in *Digital Marketing*. *International Journal of Scientific and Management Research*, 6(6), 95–114. <http://doi.org/10.37502/IJSMR.2023.6607>
- Ijomah, T. I., Idemudia, C., Eyo-Udo, N. L., & Anjorin, K. F (2024). Innovative *Digital Marketing* Strategies for SMEs: Driving Competitive Advantage and Sustainable Growth. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(7), 2173–2188. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i7.1265>
- Jasri, N. A., Hasanuddin, & Hasan, H. A (2022). Penerapan *Digital Marketing* dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224.
- Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N (2024). Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 184.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th Global ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–3.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th Global Edition). Pearson.
- Lidia, O (2020). *Analisis SWOT dalam Pengambilan Keputusan Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Lady, L., Samuel, Y. S., Juliansyach, R. P., Martasya, M., Cinthya, L., & Rusyen, K (2023). Implementasi Strategi *Digital Marketing* melalui Social-Media untuk Meningkatkan Kinerja pada UMKM Kole-Koleh Anggraini di Kota Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 370–384.
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F (2021). *Analisis SWOT sebagai teknik perencanaan strategi bisnis*. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 13(1), 41–50.

- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nasrullah, R. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Edisi Revisi). PT RajaGrafindo Persada.
- Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Rachmadi (2020). *Pengaruh Digital Marketing dan Green Promotion*. Jurnal UMT. Retrieved from
- Rahmadia, W. R., & Veri, J (2025). *Digital Marketing Strategy in the Industrial Era 5.0: A Systematic Literature Review*. *UPI YPTK Journal of Business and Economics*, 10(2), 34–39. <https://doi.org/10.35134/jbe.v10i2.305>
- Rangkuti, F. (2023). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Edisi Revisi). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky, R. N., & Mahardika, A. D (2023). *Strategi Bisnis Melalui Pendekatan Analisis SWOT*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rosdiana, Nuraisyiah, Nurdiana, Mustari, Asfo, N. S., Kusnady, M., Rachmawaty, Purwanti, Rakib, M., Zilfana, Riesso, A. S., & Widiniarsih, D. M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Tahta Media.
- Rusfian, E. Z. (2021). *Pengantar pemasaran: Tinjauan konsep dan kasus di Indonesia*. FIA UI Press.
- Ryan, D. (2021). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (5th ed.). Kogan Page
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh *Digital Marketing*, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620.
- Sari, N., & Rahmawati, R. (2023). Strategi bauran pemasaran pada UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1).
- Sari, D., & Putri, A (2020). *Pengaruh UMKM terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1), 12–20.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiati (2023). Implementasi *Digital Marketing* Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *EBISMEN*, 2(2), 20–35.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi)