

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Kurniawan, "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Siak," *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., vol. 2, no. 1, pp. 1–5, 2021, [Online]. Available: http://books.google.com.co/books?id=iaL3AAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=intitle:Market+research+in+Practice+inauthor:hague&hl=&cd=1&source=gbs_api%0Apapers3://publication/uuid/4EEA28E9-41A0-4677-9426-7B552915D62F%0Ahttps://doi.org/10.1080/23311886.2019.16
- [2] T. Rachmadi, *The Power Of Digital Marketing*. TIGA Ebook, 2020.
- [3] N. Mardiana *et al.*, "Digitalisasi Pemasaran Hasil Produksi Umkm Desa," *J. Abdimas Sang Buana*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2022, doi: 10.32897/abdimasusb.v3i1.1150.
- [4] S. Khoziyah and E. E. Lubis, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection," *J. Ilmu Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 39–50, 2021.
- [5] Febriyantoro T Mohamad and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- [6] N. J. Ritonga, E. D. Mulyani, D. E. Anuhgera, D. Damayanti, R. Sitorus, and W. W. Siregar, "SARI KACANG HIJAU SEBAGAI ALTERNATIF MENINGKATKAN PRODUKSI AIR SUSU IBU (ASI) PADA IBU MENYUSUI," *J. KEPERAWATAN DAN Fisioter.*, vol. 2, no. 1, pp. 89–94, 2019, doi: 10.35451/jkf.v2i1.272.
- [7] Christian A.D Selang, "Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian," vol. 1, no. 3, p. 89, 2002.
- [8] A. Wicaksana and T. Rachman, "KONSEP PEMASARAN DIGITAL KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS UMKM KEARIFAN LOKAL PADA OLAHAN KHAS PONTIANAK KUE BINGKA," *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., vol. 3, no. 1, pp. 10–27, 2018, [Online]. Available:

- <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- [9] N. Jamiat and C. Supyansuri, "Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung," *Atrabis*, vol. 6, no. 1, pp. 21–41, 2020.
- [10] S. Robiah and H. H. Adinugraha, "Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Kreativitas Dekorasi Terhadap Minat Sewa Jasa MUA," *J. Econ. Strateg.*, vol. 3, no. 1, pp. 54–69, 2022, doi: 10.36490/jes.v2i2.286.
- [11] S. Fika, W. Salsabilla, and R. Batangriyan, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt. Central Global Network," *J. Bisnis dan Pemasar.*, vol. 10, no. September, pp. 1–12, 2020.
- [12] T. Smith, K., "The Marketing Mix Of Imc: A Move From The 4 P's To The 4c's," *J. Integr. Mark. Commun.*, 2003.
- [13] P. K. Kannan and L. Hongshuang, "Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda," *Int. J. Res. Mark.*, 2016.
- [14] H. Irfani, F. Yeni, and R. Wahyuni, "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0," *JCES (Journal Character Educ. Soc.*, vol. 3, no. 3, pp. 651–659, 2020.
- [15] Nursatyono and R. Dini, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.Com," *J. Ilmu Komun.*, 2018.
- [16] P. . Dedi, Rahmi, and A. Shandy, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, 2018.
- [17] M. S. I. Waqfin, S. R. Wulandari, F. M. Tifliya, S. Indrayani, W. Wahyudi, and M. K. Roziqin, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang," *Jumat Ekon. J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 155–159, 2021, doi: 10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2112.
- [18] D. SETIANINGSIH, "Strategi Bauran Pemasaran Pada Pabrik Tahu Sari Rasa Di Desa Harjosari Lor Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal," pp. 1–119, 2020, [Online]. Available: <http://repository.upstegal.ac.id/id/eprint/1385>

- [19] N. Hidayati, P. T. Pungkasanti, and N. Wakhidah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang," *Abdimasku J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 3, p. 119, 2020, doi: 10.33633/ja.v3i3.129.
- [20] R. Fitrianto, "Pengaruh Personal Selling Dan Kemudahan Persyaratan Terhadap Kepuasan Konsumen Mengajukan Kredit Di Koperasi Primkopabri Magetan," *Univ. Muhammadiyah Ponorogo*, pp. 7–52, 2018, [Online]. Available: <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/4127>
- [21] N. Huda, S. C. Haryanti, N. Rini, and R. Rosmelani, "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Anggota Kelompok Usaha Warung Sejahtera Pada Penerapan Digital Marketing," *J. Pengabd. Al-Ikhlas*, vol. 6, no. 2, 2020, doi: 10.31602/jpaiuniska.v6i2.3896.
- [22] Mamonto, Tumbuan, and Rogi, "Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru," *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 9, no. 2, pp. 110–121, 2021.