

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. S. Solang, J. . . Kaawoan, and I. Sumampow, “STRATEGI DINAS KOPERASI DAN USAHA KECIL MENENGAH DALAM PEMBERDAYAAN USAHA KECIL MENENGAH MASYARAKAT DI KABUPATEN MINAHASA SELATAN,” vol. 3, no. 3, p. 10, 2019, [Online]. Available: file:///C:/Users/Comp_Sby/Downloads/25491-52183-1-SM.pdf
- [2] B. Indonesia, “Pengembangan UMKM,” 2020. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/default.aspx>
- [3] A. Nuansa, “Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perekonomian Indonesia,” *Jurnal Nuansa*, 2021. <https://nuansa.nusaputra.ac.id/2021/03/30/peran-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-dalam-perekonomian-indonesia/>
- [4] D. H. Jayani, “Penyerapan Tenaga Kerja dari Unit Usaha Indonesia,” *Databooks*, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/9692-tenaga-kerja-berasal-dari-umkm>
- [5] Ramida, Mustari, M. Dinar, T. Supatminingsih, and Nurdiana, “Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar,” *J. Econ. Educ. Entrep. Stud.*, vol. 3, no. 1, pp. 310–326, 2022.
- [6] A. P. Wati, J. A. Martha, and A. Indrawati, *DIGITAL MARKETING*, Satu. Malang, 2020. [Online]. Available: <http://repository.um.ac.id/1150/1/fullteks.pdf>
- [7] S. A. Sitorus *et al.*, *DIGITAL MARKETING STRATEGY: ONLINE MARKETING APPROACH*. Bandung - Jawabarat: MEDIA SAINS

- INDONESIA, 2022. [Online]. Available:
https://books.google.co.id/books?id=i-F1EAAAQBAJ&pg=PA7&lpg=PA7&dq=yazer+nasdini+aryani&source=bl&ots=05s3itO0JJ&sig=ACfU3U3Rq0bS7TSICVXugk8EbCFn6WbkPw&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwib6dG6zab_AhU49zgGHbFjAmw4ChDoAXoECAIQAg
- [8] V. Simamora, M. U. Albab, R. J. Putra, and Diansyah, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Daya Saing Pelaku UMKM Kripik Singkong Di Kecamatan Kebon Bawang, Jakarta Utara.,” *J. Bus. Entrep.*, vol. 4, no. 2, pp. 1–14, 2020.
- [9] “5_strategi_bersaing”, [Online]. Available:
https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/5_strategi_bersaing.docx
- [10] V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, and J.G.S.Souza, “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM,” *Braz Dent J.*, vol. 33, no. 1, pp. 1–12, 2022, [Online]. Available: [http://repository.radenintan.ac.id/21508/1/FULL SKRIPSI RENDY WANDRA.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/21508/1/FULL%20SKRIPSI%20RENDY%20WANDRA.pdf)
- [11] N. N. Arfan, “PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA MAKASSAR,” *Prog. Retin. Eye Res.*, vol. 561, no. 3, pp. 85–94, 2019.
- [12] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008,” no. 1, 2008, [Online]. Available:
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008%23:~:text=%3DUU%2520No.%252020%2520Tahun%25202008,dan%2520Menengah%2520%255BJDIH%2520BPK%2520RI%255D&ved=2ahUKEwjG2tnSwoGAAxUnUGwGHa_uDtMQFnoECA8QBQ&usg=AOv

Vaw3NZZM2VftrHt_GrFeJJY5xhttps://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008%23~:text%3DUU%2520No.%252020%2520Tahun%25202008,dan%2520Menengah%2520%2520BJDIH%2520BPK%2520RI%2520D&ved=2ahUKEwjG2tnSwoGAAXUnUGwGHauDtMQFnoECA8QBQ&usq=AovVaw3NZZM2VftrHt_GrFeJJY5x

- [13] N. Hasanah, S. Muhtar, and I. Muliastuti, *MUDAH MEMAHAMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. Jakarta Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2020. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=AjQhEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- [14] D. Astria and M. Santi, “Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan,” *J. Eksyar (Jurnal Ekon. Syariah)*, vol. 8, no. 2, pp. 246–270, 2021, [Online]. Available: <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>
- [15] I. Ayesha *et al.*, *DIGITAL MARKETING*, 1st ed. Padang: PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022. [Online]. Available: https://books.google.com/books/about/Digital_Marketing_Tinjauan_Konseptual.html?hl=id&id=cC93EAAAQBAJ
- [16] D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,” *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 8–9, 2017, doi: 10.21009/jpmm.001.1.01.
- [17] A. Ramadhan, R. Rahim, and N. N. Utami, (*Studi Kasus : Pendapatan Petani Desa Medan Krio*) *Tahta Media Group*. Tahta Media Group, 2023. [Online]. Available: <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/144/145>
- [18] R. Setianingsih and A. Kharismahendra, “Peran Manajemen Usaha Dan

Program Pendampingan Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Umkm Terdampak Covid-19 Di Kota Pekanbaru (Studi Empiris Pada UMKM Mitra Kerja BMT Permata Indonesia Pekanbaru),” 2021, [Online].

Available:

<https://ejournal.kompetif.com/index.php/dayasaing/article/view/1165/825>

- [19] P. A. Samuelson and W. D. Norbaus, *Ilmu Makro Ekonomi*, 17th ed. Jakarta: PT Media Edukasi, 2004.
- [20] B. N, “PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH BINAAN DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF DI LAPANGAN PANCASILA KOTA PALOPO SKRIPSI,” *Prog. Retin. Eye Res.*, vol. 561, no. 3, pp. 10–11, 2019, [Online]. Available: http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/1093/1/SKRIPSI_BASO.pdf
- [21] R. F. Wilantara and Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung: Refika Aditama, 2016.
- [22] B. G. Siregar and A. Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 1st ed. Medan: Merdeka Kreasi, 2021. [Online]. Available: https://books.google.com/books/about/Metode_Penelitian_Ekonomi_dan_Bisnis.html?hl=id&id=Onp2EAAAQBAJ
- [23] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [24] B. Darma, *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. Jakarta: Guepedia, 2021. [Online]. Available: https://books.google.com/books/about/STATISTIKA_PENELITIAN_MENGGUNAKAN_SPSS_U.html?hl=id&id=acpLEAAAQBAJ
- [25] M. Uyun and B. L. Yoseanto, *Seri Buku Psikologi: Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Group Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2022. [Online]. Available: https://books.google.com/books/about/Seri_Buku_Psikologi.html?hl=id&id

=E9xyEAAAQBAJ

- [26] Ms. BIDASARI, SP, “Korelasi , determinasi dan regresi sederhana,” pp. 1–35, [Online]. Available:
[https://dosen.yai.ac.id/v5/dokumen/materi/030013/103_20211228095209_Pertemuan_13_Korelasi dan Regresi Sederhana.pdf](https://dosen.yai.ac.id/v5/dokumen/materi/030013/103_20211228095209_Pertemuan_13_Korelasi_dan_Regresi_Sederhana.pdf)
- [27] J. Solà, “Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical: Preface,” *J. Phys. A Math. Theor.*, vol. 40, no. 25, 2007, doi: 10.1088/1751-8121/40/25/E01.
- [28] E. Susanti, F. Firdalius, and P. E. Rahayu, “Peran Digital Komunikasi Terhadap Perempuan Berwirausaha (Umkm) Di Kota Padang,” *J. Ris. Ekon. Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 148–155, 2020, doi: 10.31002/rn.v3i2.1983.

