

DAFTAR PUSTAKA

- Agribisnis, P. S., Sosial, J., Pertanian, E., Pertanian, F., Umar, U. T., & Barat, A. (2016). *BUNGA GARDEN DI JALAN IMAM BONJOL DESA*.
- Chawla, Yash & Chodak, Grzegorz (2021) *Sosial media marketing for businesses Organic Promotions of web-links on facebook. Jurnal of Business of Reseach*
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hernando, H. (2017). Faktor Pendukung Eksternal dan Pengadopsian E-Commerce pada UKM: Sebuah Model Konseptual. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 169-174.
- Jauhari, J. (2010). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dengan memanfaatkan e-commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 1-12.
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Kosasih, A. (2018, September). Pendekatan Grounded Teori (Grounded Theory Approach) Sebuah Kajian Sejarah, Teori, Prinsip dan Strategi Metodenya. In *Prosiding Seminar Dosen Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada*

Masyarakat Tahun 2018.

- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1050-1058.
- Nadya, N. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(2), 133-144. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i2.17>
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha dan E-Marketing Pada Pelaku Usaha Industri Mikro Pengrajin Sepatu di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 292-299.
- Natalia, N., & Yudoko, G. Pembangunan Model Konseptual Pemilihan Moda Angkut Peti Kemas Rute Bandung-Jakarta Dengan Pendekatan Grounded Theory. *Journal of Technology Management*, 11(2), 116859.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Putra, T. D. W., Budiman, E., & Hairah, U. (2019). Pengembangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Android Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 3(2), 123-130.
- Situmorang, J. R. (2012). Pemanfaatan internet sebagai new media dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).

- Susandi, D., & Sukisno, S. (2017). Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Metode Objek Oriented pada Distro Dlapak Street Wear. *JSiI (Jurnal Sistem Informasi)*, 4.
- Sayidiman, M. N., Rohayati, Y., & Nafizah, U. Y. (2018). Perancangan Perbaikan Program Digital Marketing Bro. do Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment. *eProceedings of Engineering*, 5(2).
- Tritularsih, Y., & Sutopo, W. (2017). Peran Keilmuan Teknik Industri Dalam Perkembangan Rantai Pasokan Menuju Era Industri 4.0. In *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC* (Vol. 1, No. 2017, pp. 8-9).
- Wahana, A., Suyanto, M., & Amborowati, A. (2014). ANALISIS PENERAPAN SOCIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI BISNIS OLEH PELAKU BISNIS ONLINE Magister Teknik Informatika. *Sisfotenika*, 4(2), 152–162.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 3(2), 81-92.

