

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Tantri F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Depok.
- Afrizal, (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: Rajawali Pers
- Agus A. (2012). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Grafindo Arens
- Anggraini, N., Sutarni, S., Fatih, C., Zaini, M., Analiasari, A., & Humaidi, E. (2020). *Digital marketing produk pertanian di desa sukawaringin kecamatan bangunrejo kabupaten lampung tengah*. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 1(1).
- Anindya Khrisna Wardhani , Arina Nuraliza Romas. (2021) *Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19*. *Journal of Research in Business and Economics*. Politeknik Rukun Abdi Luhur, Kudus
- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning
- APJII. (2020). *Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia. (2015). *Profil bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB)*. Tersedia di (<http://www.bi.go.id/> diakses tanggal 19 November 2022)
- Basu, Swastha. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bawden, D. (2001). *Information and Digital Literacies: A Riview of Concepts*. *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.
- Belshaw, Douglas A. J. (2011). *What is Digital Literacy? A Pragmatic Investigation*. UK: Department of Education at Durham University.
- Bocconcelli, R., Cioppi, M., Forteza, F., Francioni, B., Pagano, A., Savelli, E., & Splendiani, S. (2018). *SMEs and marketing: A systematic literature review*. *International Journal of Management Reviews*, 20(2), 227-254.

- BPS Kota Payakumbuh, (2022). *Kota Payakumbuh Dalam Angka Katalog BPS 1102001.1376 diakses dari <http://www.bps.go.id/>*. Diakses pada tanggal 2 Februari 2024 jam 14.50
- Camilleri, M. A. (2019). *The SMEs' technology acceptance of digital media for stakeholder engagement*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 504–521.
- Cavusgil, S. T., & Knight, G. (2015). *The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization*. *Journal of International Business Studies*, 46(1), 3-16.
- Chaffey, Dave. (2019). *E-Business and E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice. Fourth Edition*. Prentice Hall.
- Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). *Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, pp. 18-33).
- Dedi P, Rahmi, dan Shandy A. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit*, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol.1. No.1.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatera Barat. (2021). *Rencana Strategis (Renstra) Dinas Koperasi dan UMKM Tahun 2016-2021*. Padang: Sumbarprov. Diambil dari: https://sumbarprov.go.id/images/2019/03/file/Renstra_Revisi_OK_BG_T.pdf (16 Februari 2024)
- Departemen Koperasi (2008) tersedia di : Situs Resmi Departemen Koperasi. Diambil dari : www.depkop.go.id. (21 September 2023)
- Eun Young Kim., Park, Eun Joo., Judith Cardona Forney, (2005), “*A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior*”, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol.10, No 4, pp.433-446.
- Fadhilah, S., Wahyuni, S., & Nugroho, jonet A. (2016). *Pembelajaran Pemasaran Online, Self Efficacy Dan Minat Berwirausaha Online Kelas Xi Pemasaran Smk Negeri Surakarta*. Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Sebelas Maret, 2(2), 1–18.
- Fajar, Mukti. (2016). *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*. Celeban Timur: Pustaka Pelajar.
- Fantini, Endah, Mohammad Sofyan, & Ade Suryana. (2021). *Optimalisasi sosial media sebagai sarana promosi usaha kecil menengah meningkatkan penjualan di masa pandemi covid19*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 126– 131.

- Febriantoro, W. (2018). *Kajian dan strategi pendukung perkembangan ecommerce bagi UMKM Di Indonesia*. Jurnal Manajerial, 17(2), 184.
- Firdaus, M. F., & Handayani, A. (2020). *Analisis Pemanfaatan Teknologi Digital pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Payakumbuh*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 22(1), 31-37.
- Gilster, Paul. (1997). *Digital Literacy*. Meridien: Jul99
- Hadi, A., & Herliana, E. (2021). *Analisis Pemanfaatan Digital Marketing pada Pelaku UMKM di Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika, 14(1), 15-26.
- Heidrick dan Struggles (2009). *Heidrick & Struggles CEO*, China: China Marketing Press.
- Hoyers, (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Inna Primiana, (2009). *Menggerakkan Sektor Rill UKM dan Industri*. Bandung : Alfabeta
- Jarvinen, J., Tollinen, A., Karjaluoto, H., & Jayawardhena, C. (2012) *Digital and social media marketing usage in B2B industrial sector*. Marketing Management Journal, 22 (2), 102-117.
- Juni, D.P, (2021). *Perencanaan dan pengembangan SDM*. Bandung: Alfabeta
- Karjaluoto, H., & Huhtamaki, M. (2010). *The role of electronic channels in micro-sized brick-and-mortar firms*. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 23(1), 17–38.
- Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*. United States of America: South Western.
- Kotler, K. D., (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, R., & Ramdhani, M. A. (2020). *Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia*. In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi* (Vol. 1, pp. 357-364).
- Lazuardy, Dedy, Desma Erica Maryati, & Ellyany Sinaga. (2022). *Konsep dasar pemasaran digital*. Yayasan kita menulis.

- Lucyantoro, B. I., & Rachmansyah, M. R. (2018). *Penerapan Strategi Digital marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya)*. *Ekonomika*'45, 5(1).
- Martinus Buulolo, (2023). *Analisis Tingkat Pendidikan Umkm, Persepsi, Dan Pemanfaatan digitalisasi Terhadap Pelaku Umkm Kota Batam*. Jurusan Akuntansi, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Riau Kepulauan, Batam.
- Mayes, T. & Fowler, C. (2006) “*Learners, Learning Literacy and the Pedagogy of e-Learning*” in Martin & Madigan, 2006: 26-33
- Moekijad. (1992). *Administrasi Gaji Dan Upah*. Bandung: Mandar Maju.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif, komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis rekutama media.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 544 hal
- Nicky Kurniawan. (2021). *Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM di Kabupaten Siak*. Universitas Islam Riau
- Nurchayani, D. A., & Widyastuti, T. (2020). *Pengaruh pemanfaatan digital marketing terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM (Studi kasus UMKM di Kecamatan Kota Kediri)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 81(2), 42-48.
- Nurdin, A., Mulyana, A., & Syaodih, E. (2018). *Marketing Communication Strategy of SMEs Through Social Media. International. Journal of Business and Management Invention*, 7(6), 17-23.
- Nurlaela, E. (2018). *The role of digital marketing in empowering small and medium-sized enterprises*. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 43-51.
- Pangestika, Nadia. (2018). *Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 7 (2021) *tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP UMKM)*.
- Radiosunu, (2001), *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. Yogyakarta: BPFE.

- Radja Erland Hamzah dan Citra Eka Putri, (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan*, Universitas Prof. Dr. Moestopo, Jurnal Pustaka Dianmas, Vol 1, No. 1 (Juli 2021), Hal. 12-20. Jakarta
- Rendy Wandra, (2022). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.
- Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan. (2009) *Creative digital marketing*. Jakarta.: Elex Media Komputindo.
- Robertson, B., & Sribar, V. (2002). *The adaptive enterprise: IT infrastructure strategies to manage change and enable growth*. Intel Press.
- Rudjito, (2003). *Strategi pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis*, dalam Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkokoh ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI.
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States:Kogan Page Limited.
- Shaltoni, A. M. (2017). *From websites to social media: Exploring the adoption of internet marketing in emerging industrial markets*. Journal of Business & Industrial Marketing, 32(7), 1009–1019.
- Sri Winarni, (2006). *Pengaruh jumlah usaha, nilai investasi, upah minimum terhadap permintaan tenaga kerja pada industry kecil dan menengah di Provinsi Jawa Tengah Tahun 1997-2011*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Stelzner, M. (2019). *Social Media Marketing Industry Report*. Social Media Examiner.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Susanto, A. (2020). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 22(2), 121-134.
- Tambunan, Tulus. (2001). *Perdagangan internasional dan neraca pembayaran, teori temuan empiris*. Jakarta: LP3ES

- Wardhana. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional. 329.
- Wirjono. (2010). *Pengaruh Kepercayaan diri dan umur terhadap kinerja karyawan dengan penggunaan teknologi informasi sebagai variabel moderasi*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis. Vol. 5. No. 1.
- Wira Ningsih, (2019). “*Etos Kerja Pengrajin Kerupuk Sagu Di Desa Pulau Kijang Kecamatan Kuantan Hilir Kabupaten Kuantan Singingi*” dalam Jurnal JOM FISIP, Volume 6., No. 1., h.9
- Yuswan Tio Arisandi, (2018). *Efektivitas Penerapan E-commerce Dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoko Kabupaten Sidoarjo*, Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga

