

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Information System Processing*.
- Alexander, Y. L. (2023). Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Produk Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 629–642.
- Alidyan, M., & Rasyidah, R. (2021). Meningkatkan Pemanfaatan Pasar Digital Untuk Ekspor Produk Umkm Di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 1–7.
- Andini, G., Bahrudin, M., & Ghofur, R. A. (2022). Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19: Studi Umkm Di Kota Metro. *Jurnal Distribusi*, 10(2), 1–8.
- Annaufal, M. A., Prastowo, S. L., & Syah, H. (2023). Pengaruh Tren Produk, Store Atmosphere, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(3), 116–125.
- Armiani, A., Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 1–21.
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 07(02).
- Atina, Z. Vivin, Mardani, A. D., & Prayoga, A. (2021). Pembinaan Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Umkm. *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna*, 1–6.
- Az-Zahra, N. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm. *National Conference Of Islamic Natural Science*, 20, 1–12.
- Bahari, A., Rahmi, D. Y., Rahmadoni, J., & Anwar, K. (2022). Pengembangan Metode Pemasaran Melalui Digital Marketing Bagi Produk Umkm Di Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. *Jurnal Hilirisasi Ipteks*, 5(1), 1–9.

- Balaka, M., Wiwin Kuswinardi, J., Dewa, I. I., Wilyadewi, A. Y., Efendi, B., & Zulfikhar, R. (2023). *Aplikasi Mobile Dalam Pemasaran Digital: Analisis Literatur Tentang Pengaruhnya Terhadap Keuangan Dan Strategi Pemasaran Bisnis*.
- Caliskan, A., Özkan Özen, Y. D., & Ozturkoglu, Y. (2020). Digital Transformation Of Traditional Marketing Business Model In New Industry Era. *Journal Of Enterprise Information Management*, 34(4), 1–22.
- Chairi, Z., & Aprilyana, I. (2022). Peningkatan Produktifitas Umkm Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Di Kelurahan Tegal Sari I Kecamatan Medan Area. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(2), 344–349.
- Chrisyanti, I. (2022). Pengaruh Strategi Digital Marketing Desa Wisata (Deswita) Di Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 1–16.
- Clarence, Yulianti, Halim, C., Ratna Sari, P., & Keni, K. (2021). Dilematis Antara Pemasaran Tradisional Dengan Pemasaran Digital Terkait Perubahan Perilaku Konsumen: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 362.
- Conti, E., Camillo, F., & Pencarelli, T. (2023). The Impact Of Digitalization On Marketing Activities In Manufacturing Companies. *Tqm Journal*, 35(9), 1–24.
- Desembrianita, E., Nur, F., Azis, F., & Iskandar, Y. (2023). Dampak Implementasi Teknologi Informasi Terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran Pada Umkm Di Jawa Barat: Perspektif Akuntansi Manajemen. *Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1–10.
- Faizatul, Z., & Mahudi. (2023). Pemasaran Digital Pengembangan Usaha Handmade Aksesoris “Saraca.” *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(2), 1–10.
- Hafsawati, H. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Bagi Umkm Di Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 1–4.
- Harini, C., Wulan, H. S., & Agustina, F. (2021b). Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Digital Marketing Pada Umkm Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 23(2), 1–7.
- Hartanti, M. F. P., Mardita, C. N., Tirta, M., Putra, A. R. A., & Setyaningrum, I. (2023). Literasi Pemasaran Digital Dan Teknologi Keuangan Sebagai Sarana Peningkatan Omset Umkm Di Probolinggo. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1–6.

- Hendrian, S., Rohman Hakim, A., & Syafii, A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Bisnis: Studi Komparatif Pada Industri Ritel. *Cakrawala Repositori Imwi*, 6(6), 1–6.
- Humas.Fku. (N.D.). *Mengenal Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Imainul, R., & Yanto. (2023). Dampak Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Pada Umkm Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 7(3), 2023.
- Juniawaty, R., Suyahya, I., Herwati, K., & Juriah, S. (2023). Peran Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm. *Journal Of Social Studies*, 4(2), 81–88.
- Kannan, P. K. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda. *International Journal Of Research In Marketing*, 34(1), 1–88.
- Lamirin, Wijoyo, H., & Sutawan, K. (2021). Analisis Pemasaran Digital Dan Perkembangan Mental Di Provinsi Riau. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, 8(3), 1–5.
- Lanna, B., Muhammad, S., Lestari, T., & Utami, W. (2023). *Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi*.
- Majidah, S., & Istianah, I. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p Di Era 5.0 Berbasis Maqāṣid Syariāh. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 59.
- Marella, K., & Safirotu Nadan, V. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Banking Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 3(2), 1–12.
- Masruroh, S., Dwi Wahyono, Muhaimin, Husnah Katjina, & Loso Judijanto. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2464–2471.
- Mehmeti-Bajrami, S., Qerimi, F., & Qerimi, A. (2022). The Impact Of Digital Marketing Vs. Traditional Marketing On Consumer Buying Behavior. *Hightech And Innovation Journal*, 3(3), 326–340.
- Misbakhul, Dody Setyadi, M Nahar, Sugiyanta, & Dika Vivi Widyanti. (2023). Peranan Digital Marketing Dalam Membantu Pengembangan Umkm Rangul Semarang. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 443–449.
- Muhammad, & Permana, E. (2022). Analisis Strategi Bisnis Menggunakan Digital Marketing Pada Umkm Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(7), 1–9.

- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Pena Persada.
- Ningsih, A. F., Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Pemasaran Online, Konvensional, Kualitas Produk Bakpia Pathuk Kencana Terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 1–13.
- Nofitra, M. I., Manggabarani, A. S., & Astuti, M. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Konvensional Dan Digital Dari Pedagang Pakaian Pasar Poncol Jakarta Pusat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 12(02), 203–213.
- Novita, N. A., Oktianingrum, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Daigitalisasi Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Pada Prespektif Ekonomi Syariah Di Kota Bandar Lampung. *E-Journal Al-Dzahab* , 3, 1–9.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11.
- Palupi, E. R., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Marketplace Terhadap Peningkatan Penjualan Ledre Super Umkm Perempuan Di Bojonegoro. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 6(2), 1–4.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–15.
- Raharjo, N. P., & Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Bringin, Kabupaten Tuban. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 1–8.
- Rahmayani, M. W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , 14(1), 1–10.
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 1–13.
- Ria Magdalena Elisabeth Charoline, & Adibayu Pamungkas Indra Novianto. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Pelaku Usaha Mikro Batik Hasan Di Jawa Barat. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 360–367.
- Rifqiyyah, S., & Suriyanto, M. A. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Pada Keputusan Pembelian Ulang Pada Coffee Shop Waktu Kopi Pss. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* .

- Rodrigues, D., & Martinez, L. F. (2020). The Influence Of Digital Marketing On Recruitment Effectiveness: A Qualitative Study. *European Journal Of Management Studies*, 25(1), 1–22.
- Rusdiana, H., Moh, P. H., & Guru Besar Uin Sunan Gunung Djati Bandung, M. (2014). *Manajemen Operasional*.
- Sakti, I., & Pratiwi, D. (2023). Pelatihan Implementasi Pemasaran Digital: Foto Produk, Desain Konten, Dan Copywriting. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 2829–2073.
- Siagian, A. O., & Martiwi, R. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3).
- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (Product, Price, Promotion, And Place) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *Jurnal Riset Ekonomi Bisnis*, 2, 1–20.
- Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2).
- Sugiyanti, L., Zenia Rabbil, M., Citra Oktavia, K., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 1(2), 100–110.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Suprayogi, B. (2018). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Miko Kecil Dan Menengah (Umkm) Lokal Di Desa Pamokolan Kecamatan Cihaubeuti Kabupaten Ciamis Jawa Barat. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 5(1), 1–7.
- Suryaningtyasari, H., & Dwijayati, F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 11.
- Tanjaya, S. C., Maneke, L., & Tawas, H. . (2019). Effect Of Information Quality, Trust And Ease Of Consumer On Vape Product Purchase Decisions On Instagram. In 4935 *Jurnal Emba* (Vol. 7, Issue 4).
- Usulu, R., Dwi Adisubagja, B., Febrianti, D., Azhar, A., Prehanto, A., & Nuryadin, A. (2023). Penerapan Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro Kecil Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Industri Kreatid Dan Kewirausahaan*, 6(1), 1–7.

- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Oleh Umkm Di Era Pandemi (Studi Kasus Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kabupaten Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Wang, F. (2020). Digital Marketing Capabilities In International Firms: A Relational Perspective. *International Marketing Review*, 37(3), 1–19.
- Wijaya, T. W., & Dewi, C. I. (2023). Digital Marketing Communication Strategy Dalam Meningkatkan Brand Awareness Kimo Resort Pulau Banyak Aceh Singkil. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 7(3), 1–20.
- Yansahrta, Fauzi, & Irviani, R. (2023). Digital Marketing: Sebagai Strategi Produk Home Industri Di Wilayah Oku Timur. *Eco-Buss*, 6(1), 1–8.
- Yunus, M., Saputra, J., & Muhammad, Z. (2022). Digital Marketing, Online Trust And Online Purchase Intention Of E-Commerce Customers: Mediating The Role Of Customer Relationship Management. *International Journal Of Data And Network Science*, 6(3), 935–944.
- Zahro, E. K. (2020). Digital Literacy Skill Dalam Upaya Peningkatan Laba Usaha Pada Kalangan Pelaku Usaha Kecil Di Kota Surabaya. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 11(2), 81–95.
- Zainurrafiqi, Z., & Rachmawati, R. (2019). Pengaruh Etika Bisnis, Faktor Kontingensi Dan Tingkat Penggunaan Internet Terhadap Daya Saing. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2(4), 1–22.

