

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.; Pertama). CV. Syakir Media Press.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan*, 6(1), 1–8.
- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Surakarta. *Jurnal Sebatik*, 25(1), 1–7.
- Alfiana, N., Miftitah, F. A. N., Sujianto, A. E., & Mashudi. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pengunjung Rumah Ibadah (Studi Kasus: Masjid Ar-Rahman Blitar). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Tempan (JTMIT)*, 2(2), 1–6.
- Amalina, A. (2016). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @ Mizoneid). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–12.
- Ambardi, Aini, N., Husnayeti, & Helmi. (2023). Dampak Brand Image, Fashion Lifestyle dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved di OnlineShop. *Jurnal Maneksi*, 12(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).
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Resiko dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada OnlineShop. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 400–409.
- Aulia, T., Ahluwalia, L., & Puji, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung. *Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(2), 58–69.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)* (R. Wujarso, Ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemn, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1–11.

- 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.
- Clarence, Yulianti, Halim, C., Sari, P. R., & Keni, K. (2021). Dilematis Antara Pemasaran Tradisional Dengan Pemasaran Digital Terkait Perubahan Perilaku Konsumen: Studi Pada Mada Pandemi Covid-19. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 1–11.
- Conti, E., Camillo, F., & Pencarelli, T. (2023). The impact of digitalization on marketing activities in manufacturing companies. *TQM Journal*, 35(9), 59–82.
- Dewi, N. A., Luayyi, S., & Atarie, P. N. (2002). Analisis Perbandingan Volume Penjualan Menggunakan Strategi Pemasaran Offline dan Online Terhadap Pertumbuhan Laba di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Cendikia Akuntansi*, 7(4), 1–17.
- Digdowiseiso, K., & Ria. (2023). Pengenalan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Jatisampurna Kota Bekasi. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 1–13.
- Djakaria, A. Z. (2023). The Indluence of Ease of Use on ShopeeFood Online Purchasing Decisions. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 1–10.
- Efendi, E., Ati, N. D., Zulmida, E. S., Chofifah, C. N., Astuti, F. A., Amara, R. D., & Sonia, S. F. (2021). Pentingnya Digital Marketing Dalam Memajukan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat*, 2(3), 1–6.
- Erpurini, W., Rukmana, M., & Fajrin, S. A. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian di Store Zoya. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 7(1), 1–4.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 1–6.
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Digital Marketing Teradap Kepuasan Pelanggan di Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2. *Jurnal Eduturisma*, 3(2), 1–20.
- Febrianah, F., & Sukaris. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 1–7.

- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2019). The Role of Digital Marketing in Improving Sales to SMEs in Dealing with ASEAN Economic Community. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 101.
- Hafsawati, H. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Bagi UMKM di Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 208.
- Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 1–13.
- Handayani, T., Pusporini, P., & Resti, A. A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 209–220.
- Harini, C., Wulan, H. S., & Agustina, F. (2021). Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Digital Marketing Pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 23(2), 1–7.
- Hartono, U., Kistyanto, A., Fatoni, F., Isbanah, Y., & Arifah, I. D. C. (2022). Peningkatan Pangsa Pasar UMKM Batik Melalui Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Web. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 1–9.
- Hasiholan, L. B., & Amboningtyas, D. (2021). Model Pemasaran Digital Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Sains Sosio Huaniora*, 5(1), 1–4.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian*, 4(1), 1–12.
- Herlissha, N., & Fitari, T. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 09(02), 1–13.
- humas.fku. (n.d.). *Mengenal Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*.
- Indira, D., Effendi, I., & Amelia, W. R. (2021). Peranan Harga dan Digital Marketing Pada Butik D’Scarpa Shop Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 1–4.
- Kamila, D. A. P., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Bagi UMKM RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(4), 1–10.

- Krisnaresanti, A., Naufalin, L. R., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6(3), 1–11.
- Kusumawati, R., Akmalia, A., & Bukhori, I. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Digital Bagi UMKM Klepu Lor. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1–9.
- Lady, Hasvia, T. G., Aulia, G., Utami, N. A. De, & Jones, J. H. (2023). Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1–13.
- Lady, Lim, J., Tango, N., Susanti, & Eddison, T. (2023). Analisis Penerapan Digital Marketing Pada UMKM MM. Gemini. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1–13.
- Mahardini, S., Hidayat, M., & Ikhwan, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Produk, dan Promosi Pada Ecommerce Lazada Di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 1–10.
- Manik, J. S. (2022). Peran Guru dalam Menjaga E-Safety Peserta Didik di Era Teknologi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(4), 1–10.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada UMKM Melalui Digital Marketing. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1–7.
- Mellinia, A. R., & Hati, W. S. (2022). Analisis Penggunaan Digital Marketing Pada Media Sosial Terhadap Volume Penjualan UMKM Fashion Di Kota Batam. *Journal Of Applied Business Administration*.
- Muhammad, B. L., & Utami, T. L. W. (2023). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technollog*, 2(1), 1–8.
- Muslimah, S., Hamid, R. S., & Aqsa, M. (2021). Analisis Dampak Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online: Perspektif Marketing MIX. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 1–14.
- Ningsih, A. F., Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Pemasaran Online, Kantitas, Kualitas Produk Bakpia Pathuk Kencana Terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 1–13.
- Nofitra, M. I., S.Mangabarani, A., & Astuti, M. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Konvensional Dan Digital Dari Pedagang Pakaian Pasar Poncol Jakarta Pusat Pada Masa Pandemi Covid-19. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(02), 1–11.

- Nurasyiah, M. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada UMKM Warung Jepang Mami Ale Telagasari. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 1–9.
- Onsardi, Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image dan Relathionship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu Impact Of Digital Marketing, Brand Image And Relationship Marketing To Purchasing Decisions On Consumer Lina Ms Glow Bengkulu City. *Creative Research Management Journal* , 5(2), 1–10.
- 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.
- Prayogi, B. S., Sumowo, S., & Nursaidah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Specs (Studi Kasus di Toko Andra Sports Ambulu). *Jurnal Bisnis Net*, 4(2), 1–16.
- Prilandewi, K. L., & Sukadana, W. D. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Batok Kelapa di Desa Batu Bulan. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat* , 5(2), 1–10.
- Primawanti, E. P., & Ali, H. (2022). *Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (ESS) For Business)*. 3(3), 1–11.
- Puddin, K., Lubis, S., & Kholis, A. (2020). *Digital Marketing untuk Pelaku UMKM (Pertama)*. Economic & Business Publishing.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* , 6(1), 194–208.
- Raharjo, N. P., & Rofiuiddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Bringin, Kabupaten Tuban. *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2).
- Rahayu, D. M., & Khairunisa, Y. (2023). Pelatihan Menggunakan Digital Marketing Untuk Memasarkan Produk UMKM Pengrajin Tas Lokal Chessy, Desa Tegalwaru Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1–11.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah P.S, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depar, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Romindo & E. Sudarmanto, Eds.; pertama). Insania .

- Ribhi, A. A., & Mandala, W. (2023). Dampak Strategi Pemasaran Digital Terhadap Tren Transaksi Online Melalui Media Sosial Pasca Covid-19 Pada UMKM di Jepara. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 1–8.
- Rizky, M. F., & Permana, E. (2022). Analisis Strategi Bisnis Menggunakan Digital Marketing Pada UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 1–9.
- 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.
- Saputri, A. D. A., & Jatmika, S. (2023). Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Galeri Kue Masariku di Ngawi. *Cakrawala*, 6(6), 1–11.
- Sentoso, A., Lady, Christini, J., Sandra, N., Clarissa, F., Tina, & Vivianti, W. (2023). Pengaplikasian Alat Pemasaran Digital Terhadap UMKM Naruto. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 9(1), 1–8.
- Setiawan, T., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Persepsi Kualitas, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Di Marketplace. *Journal of Applied Business Administration*, 1–11.
- Siregar, D., Tarigan, E. D. S., & Harahap, B. (2023). Efektivitas Entrepreneurship Melalui Digital Marketing Pada Pemasaran Produk Berbasis Website Pada UKM Deli Serdang Mall. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1–10.
- Solikhah, S. A., Fradani, A. C., & Indriani, A. (2023a). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 1–13.
- Solikhah, S. A., Fradani, A. C., & Indriani, A. (2023b). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Toko Shaga Collection. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 1–13.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Cetakan Ke-19). ALFABETA, CV. .
- Tampubolon, W. S. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dafri Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 7(2), 1–11.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 1–15.

- 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* , 1(2), 1 – 15.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska, Ed.; Pertama). Edulitera .
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–11.
- Yansahrita, Fauzi, & Irviani, R. (2023). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Home Industry Di Wilayah Oku Timur. *ECo-Buss* , 06(01), 1–8.
- Yusuf, M., Sutrisno, Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas dan Kemudahan Pelayananan Konsumen, Literature Review. *Jurnal Darma Agung* , 30(1), 1–16.

