

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyana, D., Ningtyas, S. A., Fauzi, A. M., & Ramadhan, R. Q. (2023). Implementasi Metode Pemindai Online Untuk Menemukan Kerentanan di Server Website. *Journal of Engineering Education and Pedagogy*, 1(1), 16–25. <https://doi.org/10.56855/jeep.v1i1.304>
- Astuti, M. & Amanda, A.R. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Azzahrani, M., 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Pesona Indonesia Melalui Youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), Pp.144-161.
- Dewa, C. B. & Safitri, L. A., 2021. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid- 19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), Pp. 65-71.
- Fitrianna, H., & Aurinawati, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 409–418. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.147>
- Fitriati, A.R. & Cahyani, R. 2008. Pemasaran Dasar Edisi 16. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. Hal. 49.
- Harinie, L. T., Hukom, A. & Juma'eh, 2020. Pendampingan Dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha Ukm Melalui Penggunaan Media Sosial Di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), Pp. 51-59.
- Haque-Fawzi, M.G.; Iskandar, A.S.; Erlangga, H.; Nurjaya, H. & Sunarsi, D. 2021. Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi. Tangerang: Pascal Books. Hal. 9-12.
- Jauhari, J., 2018. Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan. *Jurnal Sistem Informasi (Jsi)*, 2(2), Pp. 159-168.
- Juliana; Pramezwarly, A.; Djakasaputra, A.; Tarigan, S.A. & Nasrudin, M. 2022. Dasar-Dasar Pemasaran. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management. Hal. 1.
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>
- Lindawati, S.; Hendri, M. & Hutahean, J. 2020. Pemasaran Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis. Hal. 4 – 5.
- Moerdiyanto. 2009. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L. & Ogi, I. W., 2019. Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Emba*, 7(3), Pp. 2969-2978.
- Priambada, S., 2015. Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm). *Swasta Priambada*, 2 November, Pp. 41-46.

- Puspitarini, D. S. & Nuraeni, R., 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), Pp. 71-80.
- Putri, A. S., & Istiyanto, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbal Skincare. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM)* e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543, 3(12), 5–17. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol3iss12pp5-17>
- M., Fahira, D. N., & Agustina, E. (2021). Digital Marketing Implementation: Implentasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai*, 05(02), 63–068.
- Raharjo, T.W. & Rinawati, H.S. 2019. Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata. Surabaya: Jakad Publishing. Hal. 39-45.
- Saidani, B., Lusiana, L. M. & Aditya, S., 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*,10(2), Pp. 425-444.
- Sanjaya, R. & Tarigan, J. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sirclo, 2020. Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia Di Tahun 2020 Meningkat Pesat. [Online] Available At: <https://www.sirclo.com/blog/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/> [Accessed 20 Desember 2022].
- Tawami, T., Zakkiyah, H. & Nurfauziah, V., 2022. Pengembangan Kanal Youtube Sebagai Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial Dan Humaniora (Absah)*, 1(2), Pp. 28-33.
- Utami, S. S. & Aini, N., 2019. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Handycraft Mama Art Deco. *Intervensi Komunitas Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), Pp. 21-33.