

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2023, July 7). *Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-Commerce Lain Turun*. Katadata.co.id; Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun>
- Anindya devi Aurellia. (2022, July 18). *Apa Itu Implementasi? Pengertian, Tujuan, dan Contoh Penerapannya*. Detikjabar; detikcom. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6185222/apa-itu-implementasi-pengertian-tujuan-dan-contoh-penerapannya>
- Ardyan S, Arifai Ilyas S, Made Putri Ariasih (2022) *Digital Marketing (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0)*
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah.
- Desy. (2020). *Pengertian Penjualan, Manfaat, dan Jenis-jenisnya - Mekari Jurnal*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-penjualan-manfaat-dan-jenis-jenisnya/>
- Dentsu, Wicaksono (2019). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill
- Dian, I., Sari, O., Akuntansi, J., & Ekonomi, F. (n.d.). *ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL DAN INTERNAL SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI BISNIS UD SEKAR JATI STAR JOMBANG*.
- Dimas, H., Wibowo, Z., Arifin, S., Fakultas, I., Administrasi, Kunci, K., Pemasaran, S., & Saing, D. (2015). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 29(1)*. <https://media.neliti.com/media/publications/86529-ID-analisis-strategi-pemasaran-untuk-mening.pdf>
- Doni Marlius, & Nadilla Jovanka. (2023). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI*. *JURNAL ECONOMINA, 2(2)*, 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Erwin, RR Roosita Cindrakasih, Sari, A., & To, C. (2024, January 24). *PEMASARAN DIGITAL (Teori dan Implementasi)*. ResearchGate; PT. Green Pustaka Indonesia.

- Hasanah, H. (n.d.). *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*.
- Hesty Nurul Utami, & Iqbal. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 136–146. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407>
- Kristiana Widiawati. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Pendukung Sociopreneur Teh Bunga Telang (Butterfly Pea Tea). *JURNAL ADMINISTRASI KANTOR*, 7(2), 215–224. <http://101.255.92.196/index.php/JAK/article/view/1247>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler dan Kevin Lane Keller (2017), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. Jilid 1, Edisi 9. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. p125.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2017. *Marketing Managemen 13*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2018. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Stanton, William J. 2018. Edisi 5. *Dasar-dasar Pemasaran Manajemen*. Yogyakarta: Danang Sunyoto.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). ISSN (cetak) 2621-7406 ISSN (online). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 2656–6265.
- Novi Puji Raharjo, & Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Bringin, Kabupaten Tuban. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 168–175. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/12754/pdf>
- Pamulang, U., Surya, J., No, K., Barat, P., Pamulang, K., & Selatan, K. T. (2022). *Optimalisasi Penjualan Melalui Digital Marketing Nurhayarti, Listya Sugiyarti, Siti Hanah, Nur Asmilialia, Sutandijo*. 4(2), 113–124.
- PDSI KOMINFO. (2023). *Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret Pembahasan Transformasi Digital di KTT G20*. Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/45636/kenaikan-jumlah-umkm->

go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20/0/berita\_satker

- Pengaruh, A., Pelayanan, K., Kepuasan, T., Spbu, P., Labu, P., Utara, A., Edyansyah, T., Bauran Pemasaran, P., Kualitas, D., Terhadap, P., & Sunarsi, D. (2020). *KEPUASAN KONSUMEN PADA GIANT DEPT STORE CABANG BSD TANGERANG*. 21(1).
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). The role of viral marketing in social DIGITAL MARKETING 151 media on brand recognition and preference. *Emerging Science Journal*, 5(6), 855-867.
- Rahma Suci Yuli, (2018) Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomi*, vol.6.No.1 2018.
- Ramadhan, R. T., & Bara Kusuma, Y. (2023). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 3). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Rangkuti. (2017) Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riofita, H., Rifky, Mg., Raudatul Salamah, L., Asrita, R., Nurzanah, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). PERUBAHAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR KONSUMEN DI ERA DIGITAL. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 21–26. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (n.d.). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM KAWAII COKLAT)*.
- Sasa, Saudah, Dodot Sapto Adi, Maulid Agung Triono, and Fajar Supanto. 2021. "Optimalisasi Usaha Kecil Menengah Melalui Pelatihan Digital Marketing." *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 6, no. 3: 358–71. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>.
- School of Information Systems. (2021) *IFAS-EFAS untuk Strategy Planning* <https://sis.binus.ac.id/2021/02/05/ifas-efas-untuk-strategy-planning/>
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2018) Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Membangun Keterampilan. Edisi ke-7, Wiley & Sons, Sussex Barat.

- Setiawan, E. (2023). *Arti kata terap2 - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. Kbbi.web.id. <https://www.kbbi.web.id/terap-2>
- Siagian (2020). *Analisis SWOT*. Scribd. <https://id.scribd.com/document/768481330/Analisis-SWOT>
- Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, & Dian Marlina Verawati. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2011). Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Pdf. In *Bandung Alf* (pp. 1–330).
- Synthia Sumartini Putri. (2022). Digital Marketing sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda “Clothing PRJBus” dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 6(2), 65–72. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/1982/pdf>
- Teddlie (2022). *Purposive Sampling - Definisi, Keuntungan dan Cara Melakukannya*. Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat. <https://lp2m.uma.ac.id/2022/05/31/purposive-sampling-definisi-keuntungan-dan-cara-melakukannya/>
- Teguh Saputra, H., Maryatul Rif, F., & Andrianto, B. (2023). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM. In *Journal Economy Management Business and Entrepreneur: Vol. I*.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur\_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.
- Usman, Nurdin. 2019. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Wahab, 2018. *Implementasi Kebijakan Pemerintah Kabupaten Klaten dalam Program Perlindungan Lahan Pangan Berkelanjutan pada Kawasan Pangan*. SKRIPSI. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta.
- Widiawati, K. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Pendukung Sociopreneur Teh Bunga Telang (Butterfly Pea Tea). *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(2), 215–224. <https://core.ac.uk/download/pdf/287234508.pdf>