

## DAFTAR PUSTAKA

### REFERENSI BUKU.

- Angger Aditama, R. (2020). *Pengantar Manajemen : Teori dan Aplikasi* (1st ed.). AE Publishing.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. In *Deepublish Publisher*.
- Fadli, U. M. (2021). *Metodologi penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*.
- Firmansyah M. Anang, & W, B. M. (2018). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). Deepublish.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. In *Media Sains Indonesia*.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT. Grasindo.
- Mashudi. (2019). *Pengaruh Kepemimpinan , Disiplin Kerja , dan Kompensasi*. 2(1), 366–383.
- Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, Sari, R. K., & Sihombing, C. M. (2022). *Manajemen Pemasaran*. PT. Global eksekutif teknologi.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo.
- Rachmadi, T. (2020). *The power Of digital marketing*. Tiga Ebook.
- Rauf, A., Manullang, S. O., P. S, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Yahawi, S. H. (2021). *Digital marketing :*

*Konsep dan Strategi*. Yayasan insan shodiqin gunung jati.

Saputra, D. H., Sutiksno, U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital marketing Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan kita menulis.

Wijayanto, D. (2012). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.

## REFERENSI JURNAL

Destrilia, I., Lendra, W., & Saputra, P. R. (2022). Strategi *Digital marketing* Pengusaha Kuliner dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Intan. *Tapis : Jurnal Penelitian Ilmiah*, 5(2), 166–172.

Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi *Digital marketing* Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16, 32–41.

Istanti, E., Kusumo, B., & Noviandari, I. (2020). Implementasi harga, kualitas pelayanan dan pembelian berulang pada penjualan produk gamis afifathin. 35(8), 791–792.

Kinasih, Y. A., & Nirawati, L. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Accessories UKM Velista Craft. *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1, 199–210.

Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga terhadap tingkat penjualan melalui *digital marketing* UMKM industri makanan dan minuman di kecamatan pancoran jakarta selatan saat pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(69), 6.

Nulhakim, B., Kusnadi, & Wahyudin. (2021). Alur Proses Sarana Penjualan di PT. Pupuk Kujang Cikampek. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 427–434.

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2018). Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 5.
- Purwati, A. S., Sukiman, & Haryanto, B. S. (2021). Peran *Digital marketing* untuk UMKM di Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers*, 1–9.
- Ramadhan, D. M., & Yusuf, B. P. (2022). *Peran digital marketing pada UMKM di Kedai Kopi 272*. 17(2), 393–402.
- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan *Digital marketing* Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran *Digital* Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *E-Proceeding SENRIABDI 2021*, 1(1), 360–371.

#### REFERENSI INTERNET

- We are sosial*, 2022, Penggunaan *Digital Markerting* di Indonesia 2022, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>.