

REFERENCES

- Akhir, T., Laeli, N., Studi, P., Akuntansi, D., & Bersama, P. H. (2021). *PENJUALAN PADA UMKM ALISSA BROWNIES*.
- Desai V, & Vidyapeeth B. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 196–200. Retrieved from https://www.academia.edu/39641838/Digital_Marketing_A_Review?from=cover_page
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Ninla Elmawati Falabiba, Anggaran, W., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Wiyono, B. ., Ninla Elmawati Falabiba, Zhang, Y. J., ... Chen, X. (2014). Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 5).
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumah. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purnama, I., Labuhanbatu, U., Harahap, S. Z., Labuhanbatu, U., Munthe, I. R., & Labuhanbatu, U. (2021). *OR*.
- Rewah, J. (2018). Pengaruh Promosi Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Pengusaha Muda Universitas Klabat. *Cogito SmartJournal*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.31154/cogito.v4i1.99.24-36>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdima>
- Rusmanto. (2017). Manajemen Pemasaran Berbasis IT. *Praktikum, Modul Tinggi, Sekolah Terpadu, Teknologi Fikri*, Nurul, 2–3.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>
- sri Lindawati. (2020). *Pemasaran Digital*. yayasan kita menulis: yayasan kita menulis.
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *JurnalPemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Sunardi, N., AM, N., Sarwani, Lesmana, R., & Hasbiayah, W. (2021). ... Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(2), 96–104. Retrieved from <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/10407>
- Tumpuan, A. (2020). Peranan Aplikasi Go Food Terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner. *TOURISM: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, 3(1), 26–30.
- Woelandari, D. S., & Setyawati, N. W. (2019). Digital Dengan Menggunakan Media Sosial Facebook Dan Instagram Bagi Industri Rumah. *Seminar Santika*, (September), 62–67.