

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Basuki, Sulistyoyo. (2015). Metode Penelitian. Jakarta : Wedatama Widya Sastra
- Creswell, J. W. (2016). Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. Jakarta: Pustaka Pelajar. Fadila, Dewi., & Lestari,
- Sari Zainal., (2013). Perilaku Konsumen. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Faisal, S. (2010). Format-format Penelitian Sosial. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Huraerah, A. (2016) Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat: Model dan Strategi Pembangunan Berbasis Kerakyatan. Bandung:
- Humaniora Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles Of Marketing: 14th Edition. New Jersey: Prentice-Hall Published
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Universitas Bakrie 103 Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran : Edisi Empat. Yogyakarta: CV Andi Offset

Jurnal dan Skripsi

- Amalia Aisyah Putri 1, Nurhadi 2
PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM
- Azmi Fadhilah, & Pratiwi. (2021).
"The Impact of Digital Marketing on Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance in Indonesia during the COVID-19 Pandemic." Journal of Asian Finance, Economics, and Business, 8(2), 437-444.
- Billa Dea Pramusinta
Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "Coffee Marroan" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen
- Budi Dharma, Putri Indah Fadillah, Rindi Safira
Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Branding Terhadap Pendapatan Penjualan Pelaku Bisnis UMKM
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2016)
"Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice."
Pearson UK.
- Dimas Sasongko*1 , Agung Khairul Imam2 , Gandhi Dwi Prabowo3 , Arif Aryawan4 , Bagus Danar Dono5 , Alwan Badiq Purnomo6
Digital Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Jumlah Konsumen UMKM Putra Salman di Kabupaten Magelang
- Junaidi Hendro1 , Shabrina Arlinda
Penerapan Digital Marketing Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM di Wilayah Kecamatan Cilincing
- Misbakhul Arrezqi1 , Dody Setyadi2 , M Nahar3 , Sugiyanta4 , Dika Vivi Widyanti

PERANAN DIGITAL MARKETING DALAM MEMBANTU
PENGEMBANGAN UMKM RANGKUL SEMARANG

Mila Sari Nurasyiah^{1*} , Uus Mohammad Darul Fadli²

STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM
MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA UMKM
WARUNG JEPANG MAMI ALE TELAGASARI

Narto. (2020). "Digital Marketing Strategies for Coffee Shops: A Case Study in Indonesia." *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(3), 127-137.

Putra, A. B., et al. (2019). "The Role of Digital Marketing in Enhancing the Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs): A Case Study in Indonesia." *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(4), 1-8.

Reksa Daninzia Ramadhan¹ , Wahyu Fahrul Ridho² ^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Jl. Rungkut Madya No.2, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia

Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Potensi UMKM F&B dan Handcraft di Kelurahan Gebang Putih

Rubiyanti, D., et al. (2020). "Digital Marketing and Its Impact on Small and Medium Enterprises: A Case Study in Indonesia." *Journal of Marketing Communications*, 26(2), 123-137.

Sumarni Saota¹ , Progresif Buulolo² , Samanoi Halowo Fau³ PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UD. TRIALVELA KECAMATAN FANAYAMA KABUPATEN NIAS SELATAN

Susena, Y., & Ratnawati, I. D. (2020). "The Influence of Digital Marketing on Business Performance: A Case Study of Small and Medium Enterprises in Indonesia." *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(1), 1-10.

Tjiptono, F. (2012). "Pemasaran Jasa." Andi.

Tjiptono, F. (2012). "Strategi Pemasaran." Andi.

Wardhana, E. (2018). "The Role of Digital Marketing in Enhancing Customer Loyalty: A Case Study of Small Businesses in Indonesia." *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(10), 21-29.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),