

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya, A. (2023, 8 Juli). Data UMKM, jumlah dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia. UKMIndonesia.id.
- Pewarna naptol. (n.d.). *PewarnaTekstil.com*.
- Tak harus beli baru, tren di kalangan muda. (2025, 2 Juli). Radar Jogja – JAWA Pos.
- Nuraini, S. (2023). Analisis proses produksi dalam UMKM (BAB II). Repository Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yenti, R., Sabri, S., & Nasfi, N. (2020). *Analisis pengaruh brand equity, kualitas produk terhadap digital marketing dan tingkat penjualan* (BAB II). Universitas Muhammadiyah Palopo Repository.
- Prayitno, A. (2024, 25 Juli). Pengertian digital marketing menurut para ahli, strategi, dan perkembangannya di Indonesia. Justaris.com. Diakses 6 Juli 2025,
- Kadar Nurjaman & Khairul Umam. Komunikasi & Public Relation. 2012 Bandung : Pustaka Setia. Hal 3.
- A.W. Widjaja. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. (2000). Jakarta : Rineka Cipta. Hal 26.
- Ahmad Sihabudin & Rahmi Winangsih Komunikasi Antar Manusia Edisi 1 Bahan Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. (2008). Serang: FISIP Untirta. Hal 10.
- Onong Uchjana Effendy. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. (2009). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 10.
- Riadi, M. (2021, 15 September). Pengertian dan variabel bauran pemasaran. KajianPustaka.com.
- Sidiq, A. C. (2018, 5 Maret). Strategi komunikasi pemasaran Paguyuban Batik Jomputan (BAB II). Reporsitori Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
- Cantika, E. P., & Mustofa, R. H. (2021). Pemasaran bisnis baju tie dye secara online. Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) e-prints.
- Faradisa, A. (2021). Strategi pengembangan UMKM batik tulis: studi kasus Kampung Batik Kemplong Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan

(Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). Walisongo Repository.

Winarko, H. B., Sihabudin, A., & Dua, M. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital terpadu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Mebis*, 5(1), 58–68.

F Silitonga - Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2017 - core.ac.uk.

Anggreswari, (2020) membahas mengenai komunikasi pemasaran pariwisata berbasis digital (Studi pada Desa Sambangan Kabupaten Buleleng) dengan menggunakan marketing mix dalam melakukan penelitian.

Dewey.petra.ac.id > repository > jiunkpe2. LANDASAN TEORI 2.1 Digital Marketing - Petra Christian.

Hardianto, H. (2011). Analisis komunikasi pemasaran digital pada UMKM (Bagian: BAB 2 – Landasan Teori dan Kerangka Pemikiran).

Aisy, R. (2022). BAB II: Landasan teori (Bagian 2.1 Kerangka Teori). Politeknik Negeri Jakarta Repository.

Ediansyah, T., Ahyar, J., Ilham, R. N., Chalirafi, & Sullaida. (2022). Pemasaran melalui digital marketing pada home industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*, XX(X), 46–51.

Greatnusa. (2022, 25 Januari). 4 tugas manajemen produksi dalam sebuah perusahaan. GreatNusa.

Luttrell, R. (2015). The circular model of SoMe for social communication. GinaLuttrellPhD.com.

Kurniasari, D. (2022, 23 Agustus). Mengenal komponen teknik analisis data deskriptif kualitatif. DQLab.

Efni Anita, Rabiyatul Alawiyah, & Syahrurromadhon. (2023). Analisis strategi bisnis batik (studi pada Diana Batik di Seberang Kota Jambi). *Journal of Student Research*, 1(6), 312–326.

Putri, V. K. M. (2021, 8 Desember). Komunikasi pemasaran: Pengertian dan tujuannya. Kompas.com – Skola.

Kompas.com. (n.d.). Kompascom+ baca berita tanpa iklan.

Safko, L. (2010). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success* (2nd ed.). John Wiley & Sons.

<http://repositori.unsil.ac.id/8392/7/7.%20BAB%20I.pdf>

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal.
- Ahmeti, f. (2024). Exploring the impact of technology acceptance model constructs on consumer behavior in smes: with a focus on e-marketing strategies. *Ikonomicheski izsledvania*, 33(1), 66–88.
- Alhalwachi, L. (2024). The Impact of Digital Marketing on SME's Growth and Success as a Tool of Marketing Communication: A Case Study in Bahrain After the Pandemic. *Studies in Systems, Decision and Control*, 503, 523–540.
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., & ... (2023). Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ilmiah*.
- Dalocchio, M. (2024). The Role of Digitalization in Cross-Border E-Commerce Performance of Italian SMEs. *Sustainability (Switzerland)*, 16(2).