

DAFTAR PUSTAKA

- Anang, F. (2018). *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Sleman. Penerbit Deepublish.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2018). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital marketing*. Makassar. *Celebes Media Perkasa*.
- Fadhilah, D. A. Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 11. No. 1.
- Fadillah, T. D. (2020). Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Digital marketing". STAI Syekh H. Abdul Halim Hasan Al Ishlahiyah Binjai.
- Farahdinna, P. N. (2022). Penerapan Strategi Digital marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Fawzi, M. G. H. Iskandar, A. S. Nurjaya. & Sunarsih, D. (2019). Strategi pemasaran Konsep, teori dan implementasi. Banten. Pasca Books.
- Hamdani. (2020). *Mengenal Usaha Mikro Kecil dsn Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. Jakarta. Uwais Penerbit Indonesia.
- Hamzah, R. E. Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan Digital marketing Oleh Pelaku UMKM Dikuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*. Vol. 1. No. 1.
- Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan pertama, Surabaya.
- Jannatin, R. Wardhana, M. W. Haryanto, B. & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact Implementation And Action*. Vol. 2. No. 2.
- Khorudin, M. H. Fahrullah, A. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Laznas Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal ekonomi dan bisnis islam*. Vol. 3. No. 1.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Sukabumi : CV Al Fath Zumar.

- Ramadhani M. F. (2021), Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Digital marketing Pada Keripik Pisang Banna-Qu. *Jurnal pengabdian masyarakat*. Vol. 2. No. 2.
- Rangkuti, F. (2018). Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating Dan Ocal. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizaldi, T. Putranto, H. A. (2018). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Marketing Dan Branding Pada UMKM. Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat.
- Sagita, G. (2022). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ebismen*. Vol. 1. No. 3.
- Sasongko, D. Putri, I. R. Qiranti, S. D. Sari, R. S. & Allafa, P. E. (2020). Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdi*. Vol. 6. No. 2.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. Yogyakarta: K-Media.
- Wella, S. F., & Chairy, C. (2020). Implementasi Sustainability Sebagai Alat Pemasaran Pada Era Pandemi COVID 19.