

## DAFTAR PUSTAKA

- Alysious Bagas Pradipta Irianto. (2015). *Pemanfaatan Sosial Media Untuk Meningkatkan Market Share UMKM*. TEKNOMATIKA Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Vol. 8 No. 1
- Alvin Aditya Saputra dkk,(2021). *Native Advertising dalam Jurnalisme*, Prosiding Jurnalistik, Volume 7, No. 1.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Online Marketing oleh UMKM dalam Masa PSBB COVID-19. *Jurnal MANOVA*, 2.
- Anwika, Y. M. (2013). Peran Pelatihan Program Pelatihan Keterampilan Bermusik Dalam Meningkatkan Motivasi dan Kemandirian Musisi jalanan (Kasus Di Rumah Musik Harry Roesly Kota Bandung). *Repository.upi.edu*.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manova*, 2, 60.
- Arifin, H. S. (2019). *Pemasaran Era Milenial*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ari Saputra dkk. (2023). Analisis Strategi Content Marketing dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi pada UMKM Cake), *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, dan Akuntansi*, Vol. 8 No. 2.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assegaf, R. (2023). Analisis Keberhasilan hijab Indonesia: Strategi Marketing Button Scarves Dalam Ekspansi Pasar Malaysia. *Halal Research*, 3.

Budiarto, D. E., & Anggraeini, D. (2003). *Epidemiologi*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.

Budiarto dan Tjiptono. (1997). *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta : BPFE.

Cahyono, B. T. (2021). *Pendidikan dan Pelatihan calon Kepala Sekolah Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan*.Tangeran Selatan: Pascal Books.

Chaffey, D. m., Chandwick, E., & K, J. (2006). *Internet Marketing Strategy Implementation and Practice*. London: Pearson Education.

Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*, Sulawesi Selatan: Clebes Media Perkasa.

Dadang Munawir. (2021). *Digital Marketing*. urabaya : Cipta Media Nusantara.

Dian Wijayanto, S. (2012). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Dhea Noer Octafiany dan Sylvie Nurfebriaraning. (2021). *Pengaruh Content Marketing Di Media Sosial Instagram terhadap Sikap Konsumen Dalam Pembelian Produk Sepatu Compas*, Jurnal: e-proceeding of manajemen, Vol. 8 No. 6.

Dian Putri dan Bambang Septiawan. (2024). *Strategi Pemasaran Digital untuk Menembus Pasar Nasional*, (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, Vol. 5 No. 2.

- Chakti, A. S. dkk, (2021). *Metodologi Riset pemasaran*. Sumatra Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Fiantika, F. R. dkk,(2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. *PT. Global Eksekutif Teknologi*, 4.
- Darsana, I. M. dkk, (2023). Strategi Pemasaran. Bandung: Intelektual Manifes Media.
- Dahmiri. (2020). *Pengembangan Industri Kecil dan menengah Kerajinan (Pendekatan Internet marketing)*. Indramayu : CV. Adanu Abimata.
- Sihombing,, N. S. (2022). *Pemasaran Digital*. Purwokerto: CV. pena Persada.
- Anugrah, Y. A. dkk, (2022). Pemberdayaan UKM YAD Blangkon Yogyakarta Melalui Pemasaran Berbasis Digital Sebagai Upaya Menembus pasar Global. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*,.
- Dessy yunita dkk, (2021)*Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha Di Era Pandemi Covid-19*, Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, Vol. 2 No. 2.
- Dr. Agus Salam, M. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sumatra Barat: CV. Azaka Pustaka.
- Dr. Eko Budiarto, S. (2002). *Biostatistika Untuk Kedokteran dan Kesehatan masyarakat*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: CV Syakir Media Preess.

- Dr. Ir. Ahmad, A. (2020). *Manajemen Strategi*. Makasar: CV. Nas Media Pustaka.
- Dr. J.R Raco, M. M. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, karakteristik, dan Keunggulanya*. Jakarta: Grasindo.
- Dr. Saiyid, S., & Dr. pantun, SE.,M.Si dkk. (2019). *Dasadasar Statistika Ekonomi dan Bisnis*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fabilla, M., & Listiani, E. (2022). Pemanfaatan Instagram dalam pemasaran Pasar Global. *Communication management*.
- Fatihudin, & Firmansyah. (2019). *Pemasaran jasa (Strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, F. (2018, Desember). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal manajemen Dewantara, 1*, 64.
- Gideon, A., & Tri, N. L. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan*. Sukoharjo: Prada Pustaka.
- Herman, L. E., & Rahmawati. (2016). E-Marketing: Strategi Pemasaran UKM Berbasis Teknologi Informasi Untuk Menembus Pasar Global. *Seminar Nasional IENACO*.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Iban Sofyan, S. (2015). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Irianto, A. b. (2015). Pemanfaatan social Media Untuk Meningkatkan Market Share UKM. *TEKNOMATIKA*, 8, 2.
- Ivonne Ayesha dkk(2022), *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*, Sumatra Barat: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kartawinata, B. R., Wardhana, A., & Syahputra. (2014). *Bisnis Internasional*. Bandung: PT. karya Manunggal Lithomas.
- Kartika, A. S. (2023). Analisis Strategi Content Marketing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Akun Instagram @initempeid). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12, 243.
- Kotler, & Amstrong. (2015). *Marketing: An Introduction*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Erlangga.

- Lotte, L. n., & Irawan dkk, P. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen pemasaran* . Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- La Moriansyah. (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences*, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan opini Publik*, Vol. 19 No. 3.
- Luh Intan Candhika Dharani, dkk. (2024). *Perlindungan Hukum terhadap Tindakan Phising di Media Sosial*. Pekalongan : PT Nasya Expanding Manajement.
- Leonardo Serano. (2022) *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan daya Saing Melalui Media Sosial Marketing di Percetakan Kilat Promosi Medan*, Universitas Bina Insan Lubuklinggau.
- louis, B. E., & Kurtz. (2008). *Pengantar Bisnis Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Meilinawati, L. (2009). Pasar. 30.
- Melkisedek, & Neolaka. (2020). *pendidikan Dasar di Daerah Perbatasan Potret dan upaya peningkatan KUalitasnya*. Malang: PT. Cita Intrans Selatan.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: kencana.
- Muhammad Gandung, S. (Banten). *Manajemen Sumber Daya Manusia Kinerja dan Perilaku Berorganisasi*. 2021: CV.AA. RIZKY.
- Muhammad Adam, dkk. (2023). *Retensi Konsumen UMKM Dengan Memanfaatkan Social Media Marketing*. Aceh : Syiah Kuala University Press.
- Mohammad Rifqy Roosdhani dan Ahmad AUFAR Ribhi. (2024). *Implementasi Pemasaran*, Jepara: UNISNU Press.
- Muldjanto Siladjaja, Pamela Magdalena, dan Trinandari Prasetyo Nugrahanti. (2023). *Pemanfaatan Sosial Media (Digital Marketing) Untuk Pemasaran*

*Produk UMKM. Cakrawala: Jurnal pengabdian masyarakat global, Vol.2*  
No.2, 2023

Muhsyi, A. (2021). Model Distribusi Kerajinan Kreatif Jember Menuju Pasar Internasional. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen, 15*.

NF, M., RAH, Z., & SAH, M. (2016). *Appling Technology Organization and Environment (TOE) Model in Social Media Marketing Adoption: The case of Small and Medium Enterprice in Kelantan. Malaysia: The Social Science*.

Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish.

Nugraha, A. (2021). Analisis Digital Marketing Terhadap Pemasaran Twic Production. 3.

Nugroho, A. S. (2021). Digital Marketing Teori dan Implementasi (Tinjauan Praktisi Digital marketing). 107.

Nuraisyah, Haryono, D., & Lutfiani. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sarjo (Membantu dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda dan Pemula). *Jurnal Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*, 66.

Nyoman Dwika Ayu Amriti, dkk. (2024). *Digital Marketing Teori, Implementasi dan masa Depan Digital Marketing*. Yogyakarta : PT Green Pustaka Indonesia.

- Purwanthari, A., Obed, A., Wildani, A., A. F., & Sari, D. P. (2017). Pelatihan Pembuatan Bross dengan Bahan dasar Kain Perca Desa Cangkringturi Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo. *I*, 12.
- Prof. Dr. Nurul Ulfatin, M. (2015). *Metode Penelitian di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: Media Nusa Creative.
- Rambe, D. N., & Aslami, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*, 217-219.
- Rahma hanim Azzahra,(2022).*Tinjauan Shirkah Terhadap Sistem Pay per Click (PPC) Pada Google Adsense dan Facebook*, Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol. 12 No. 2.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ratih, M. S., & Adi, I. R. (2023). Menguk Strategi Industri Kerajinan Perak Sunsri House Of Jewelry Menembus Pasar Ekspor Melalui E-Commerces. *Open Journal Systems*.
- Rachmadyanti, P., & Wicaksono, V. D. (n.d.). Pendidikan Kewirausahaan Bagi Anak Usia Sekolah Dasar. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*, 423.
- Rachmawaty, A., & Sahi, A. (2022). Penerapan Strategi Marketing Melalui Iklan Berbayar pada Marketplace untuk Meningkatkan Penjualan di KAREEMA\_OFFICIAL. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *8*, 39.



- Reynaldi, G. H., & Suprpti, N. S. (2017). Pengaruh Bauran pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil merk Honda di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6, 29.
- Rizal. (2021). strategi Digital Marketing Sebagai Media Komunikasi dalam Pemasaran Paket Umroh pada PT. Pandi Kencana.
- Roni Angger Aditama, S. (2020). *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.
- Saleh, & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concept and Strategies (Vol.1)*. Makasar: Sah Media.
- Samsirudin. (2023). *Manajemen Pemasaran dan Nilai Pelanggan*. Makasar: Nas Media Pustaka.
- Septiani, F. (2022). *Dasar-Dasar pemasaran Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Tri Rachmadi. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Bandar lampung : Tiga Ebook.
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawali: Jurnal Pengabdian masyarakat global*, 2, 98.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik* . Jakarta: Erlangga.

- Stanton, W. J. (2012). *prinsip Pemasaran Alih bahasa: Yohanes Lamarto*. Jakarta: Erlangga.
- Stephen, & Coulter. (2010). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., & dkk. (2021). *Desain penelitian Bisnis pendekatan Kualitatif*. Sumatra utara: Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Sugiarto, D. S. (2000). *metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suparno, P. (2008). *Riset Tindakan untuk Pendidik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tjipjono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjipjono, F. (2011). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjipjono, F., & Budiarto. (1997). *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta: BPFE.
- Tresyanto, C. A., & Panjaitan, T. W. (2017). *Pemasaran jasa*. Jakarta: Media Publishing.
- Wicaksono, A., & Hartanto, B. (2018, April). Strategi Perencanaan dengan Penerapan Ragam Hias Sulur Gelung pada Produk Kriya untuk Pasar Global. *Jurnal Seni Kriya*, 6, 146.
- Widiasworo, E. (2019). *Menyusun Penelitian Kualitatif untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska.

Wira Yudha Alam (2022). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Sumedang :  
CV Mega Press Nusantara.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Yusuf, H. E. (2023). *Strategi pemasaran Berbasis Digital*. Surabaya: Cipta Media  
Nusantara.

Yuniati Fransisca dan Dini Selasi. (2024). *Pemasaran Internasional*, (Makasar : CV.  
Tohar Media.