

DAFTAR RUJUKAN

- Abubakar, H. Rifai'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Alam, Wira Yudha, Maharani Rosyelina Pandian, Andi Pratama Cindy, Erika Jihan Salsa Billa, Muhammad Rizqi Firmansyah, dan Dera Sofita Anggraini. *Sosial Media Dan Strategi Pemasaran*. Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2023.
- Alfansyur, Andarusni, dan Mariyani. "Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial." *Historis* 5, no. 2 (2020): 149.
- Allya Ramadhina, dan Mugiono. "Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* 1, no. 1 (2022): 61–66.
- Andrian, Pieter, Melitina Tecoalu, dan Rusman Latief. *Manajemen Fundamental Periklanan Media Digital*. Jakarta: Kencana, 2024.
- Anwar, Khoerul, Mahmud Yunus, dan Rita Alfin. "Digital marketing solusi pemasaran di era digital untuk meningkatkan omset penjualan UMKM." *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 6, no. 2 (2023): 404–414.
- Arifin, Miftahol, Moh Kurdi, dan Syaiful Anwar. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0." *Journal MISSY (Management and Business Strategy)* 2, no. 1 (2021): 32–37.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revi. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Arjuna, Syukron, Amron Zarkasih, Siti Lam, dan Muhammad Raja Siregar. "Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM." *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 2 (2022): 159–164.

- Aryanto, Vincent Didiek Wiet, dan Yohan Wismantoro. *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2020.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT Rajagrafindo Persada, 2015.
- . *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016.
- Chakti, Andi Gunawan. *The Book Of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- Damaskus. *Al-Qur'an Hafalan Al-Mutqin*. Bandung: PT. Cordoba International Indonesia, 2020.
- Darsana, I Made, Suci Rahmadani, Erni Salijah, Ahmad Yasir Akbar, Khoirun Nisa Bahri, Nani Hamdani Amir, S. Hikmah Jamil, Hotden Leonardi Nainggolan, Samuel PD Anantadjaya, dan Arif Nugroho. *Strategi Pemasaran*. Bali: CV. Intelektual Manifest Media, 2023.
- Dewi, Lati Sari. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Padang: Takaza Innovatix Labs, 2025.
- Elisa Febriani, Ifa Aulia Mariska, dan Muhammad Farras Nasrida. "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Volume Penjualan Produk Skincare Dan Kosmetik Derr Cosmetics." *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 3, no. 2 (2023): 148–159.
- Fadli, Zul, Frans Sudirji, Rahmat, Allicia Deana Santosa, S. Johni Pasaribu, Dhika Wahyu Octaviani, Haris Sandi Yudha, et al. *Manajemen Pemasaran Digital*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, et al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin. Cetakan Pe. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Fuad, Muhammad, Christin H, Nurlela, Sugiarto, dan Paulus Y.E.F. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Nurjaya, dan Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.

Harini, Cicik, Heru Sri Wulan, dan Feri Agustina. “Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Digital Marketing Pada Umkm Kota Semarang.” *Jurnal Manajemen Dayasaing* 23, no. 2 (2022): 90–96.

Hery, Alexander. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Yrama Widya, 2024.

Husnullail, M., Risnita, M. Syahran Jailani, dan Asbui. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Imiah.” *Journal Genta Mulia* 15, no. 0 (2024): 71.

Iswadi, Neti Karnati, dan Ahmad Andry. *Studi Kasus: Desain Dan Metode Robert K.Yin*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2023.

Iswanto, Juni, Moh. Syaiful Musthofa, dan Binti Puji Rahayu. “STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DISRUPSI MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Dapur Onah Donat dan Cake Di Desa Werungotok Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk).” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 10, no. 2 (2023): 168–177.

Julkarnain, Safrida, dan Irnawati. “Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Gula Merah Di Desa Sei Silau Kab.Asahan.” *Manajemen dan Bisnis* 5, no. 2 (2023): 39–48.

Kusuma, Menur, dan Mohammad Hatta Fahamsyah. “Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Usaha Umkm Ayam Petelur Di Bojonegoro.” *Jurnal Investasi* 9, no. 4 (2023): 237–248.

Limanseto, Haryo. “Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah.” *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian* (2022). <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>.

Luhung, Aulya Rahman Adi, dan Ni Made Hartini. “Analisis Strategi Pemasar

- UMKM Cendol Sonia Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Denpasar.” *JARMA: Journal Research of Management* 5 (2024): 290–302.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2017.
- Mujito. *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place, and Promotion)*. Yogyakarta: Selat Media Patners, 2025.
- Mustopa, Maulana, Ifan Junaedi, dan Anton Zulkarnain Sianipar. “Sistem Informasi Penjualan Dan Pengendalian Stock Barang Bangunan Pada Toko Bangunan Delima.” *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta* 1, no. 2 (2021): 106.
- Nathadiharja, Sri Sukartono, Dodi Apriadi, Siska Mitria Nova, Maidiana Astuti Handayani, Danny Hidayat, Elva Rahmi Fitri, Muhammad Aswin, Dasvira Zain, Imam Suryono, dan Femmy Sofie Schouten. *Strategi Pemasaran*. Padang: CV. Gita Lentera, 2024.
- Nurasyiah, Mila Sari, dan Uus Mohammad Darul Fadli. “Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Umkm Warung Jepang Mami Ale Telagasari.” *PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 3 (2023): 322–330.
- Nurussofiah, Febi Fatlika, Ummul Karimah, Siti Khodijah, dan Ulil Hidayah. “Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran.” *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement* 1, no. 2 (2022): 127–143. <https://jurnal.staim-probolingo.ac.id/index.php/DJCE/article/view/329>.
- Parakkasi, H Idris. *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor: Penerbit Lindan Bestari, 2020.
- Prasetyowati, Andy, Jefry Aulia Martha, dan Aniek Indrawati. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera, 2020.
- Prastyawan, Daniel Putra, dan R. Yuniardi Rusdianto. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Mayashi Fried Chicken Surabaya.” *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7, no. 4 (2024): 7956–7964.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Tirtayasa Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 215.

Putri, Ranti Eka, M. Wasito, dan Ayu Nadia Lestari. “Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai.” *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 4, no. 3 (2023): 670.

Rahim, Endang, dan Roni Mohamad. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2021): 20.

Rasjidi, Raihan. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Universitas Islam Jakarta, 2017.

Sagita, Gita, dan Zeffanya Raphael Wijaya. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07.” *EBISMEN : Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 1, no. 3 (2022): 24–31.

Sarosa, Samiaji. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2021.

Saskara, I Putu Adi. *Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek: Dasar, Penggunaan dan Pembuatan Iklan*. Bali: Swasta Nulus, 2021.

Satyadinatha, I Nyoman Dhani, dan Komang Widya Purnama Yasa. “Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Pemasaran Umkm Di Era Industri 5.0.” *Waisya : Jurnal Ekonomi Hindu* 3, no. 1 (2024): 1–13.

Sihombing, Nikous Soter, Erwin Pardede, Anton Sihombing, dan Nowell Dewantara. *Pemasaran Digital*. Purwokerto: CV. Pena Persada Redaksi, 2022.

Suryanti, Ery, Hendra Lesmana, dan Husni Mubarak. “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM.” *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi* 13, no. 1 (2021): 60–72.

Utama, Iston Dwija. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya* 7, no. 1 (2019): 1.

Wisesa, I Wayan Bayu, Zukhri Anjuman, dan Kadek Rai Suwena. “Pengaruh Volume Penjualan Mente Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada UD. Agung Esha Karangasem.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia* 4, no. 1 (2014): 2–12. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/3293>.

“Profil Desa.” Diakses Maret 12, 2025. <http://banyuurip.tulungagungdaring.id/profil>.