

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan. *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.
- Andrian, Nursal, F., & Jumawan, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. B. A. Jayawardana (ed.)). Rena Cipta Mandiri.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In M. M. Riyanto Wujarso, S.E., Ak. (Ed.), *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Denpasar, P. S. M. F. U. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN KONSEP, PENGEMBANGAN DAN APLIKASI* (A. W. S. Gama & N. P. Y. Astiti (eds.); 1st ed.). CV. Noah Aletheia.
- Djuniardi, D., Ernawati, Mekaniwati, A., Mulyana, M., Wismayanti, K. W. D., Kardini, N. L., Purnamaningsih, P. E., Prayudi, D., Hadawiah, Yani, A., Norhidayati, Mursalat, A., Putra, I. G. C., & Verawaty. (2022). *Kewirausahaan Umkm* (D. E. Putri & M. T. Rambe (eds.); 1st ed., Vol. 1). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Fachrurazi, Rukmana, A. Y., Supriyanto, Syamsulbahri, & Iskandar. (2023). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 9. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.563>
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)* (Issue September).
- Gani, A. G. (2020). *SEJARAH dan PERKEMBANGAN INTERNET DI INDONESIA* *Alcianno Ghobadi Gani, ST. Jurnal Mitra Manajemen*.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). *Minat beli di marketplace Shopee*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika*. (n.d.). Retrieved October 10, 2023, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/45636/kenaikan-jumlah-umkm-go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20/0/berita_satker
- Masyithoh, I. N., & Ivo, N. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Mukhlison, Hendri Budi Santoso, Anisa Septiana Astikawati, Intan Permata Sari, & Ina Virdiana Wulandari. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Umkm Lokal Untuk Pemulihan Ekonomi Di Kelurahan Kauman Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 107–122. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.515>

- Munsarif, M., Asrul, Gustiana, Z., Muhardono, A., Aju, C. N., Widarman, A., Yuniwati, I., Sudarso, A., Yasir, A., Anatasya, A. E. F., & Halim, F. (2022). *Strategi Digital Marketing untuk Bisnis Digital* (J. Simarmata & M. J. F. Sirait (Eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Pasaribu, S. B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (A. Muhaimin (Ed.)). MEDIA EDU PUSTAKA.
- Pemanfaatan Internet oleh Pelaku Usaha Digital*. (2022). Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital>
- Pradipta, A. R., Salsyabila, S. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 179–187.
- Rachmat, Z., Santoso, A., Sari, M. N., Nugraha, J. P., Waluyo, B. P., Wicaksono, T., Rizky, P. N., Afandi, A., Yunaz, H., Sarjana, S., Suseno, D. A. N., Mareta, Z., Kahar, A., Diawati, P., & Farlina, W. (2022). *Administrasi Bisnis* (Oktavianis & R. M. Sahara (Eds.); 1st ed.). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (Ed.)). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (M. S. Sobirin, S.S. (Ed.)). SAH MEDIA.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1st ed.). Andi Yogyakarta.
- Warsono, H. (2019). Buku Ajar Teori Administrasi. *Ilmu Administrasi Dan Ilmu Administrasi Negara*, 101. https://doc-pak.undip.ac.id/443/1/buku_1_Teori_Adm_.pdf
- Wijyanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, 1(3), 452–465. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.103>
- www.ekon.go.id. (n.d.). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. Retrieved October 10, 2023, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Zainurossalamia, S. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Strategi* (Hamdan (Ed.); 1st ed.). Forum Pemuda Aswaja.