

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2017). *Metode penelitian kualitatif: sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian kualitatif dalam berbagai disiplin ilmu*. Rajawali Pers. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1139943>
- Ardyanto, D., & Riyadi, H. S. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 22(1), 1–8.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Diakses pada 17 April 2022, dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei>.
- Cahyono, E. A., & Niâ, Z. (2021). Wanprestasi Dalam Praktik Giveaway Sebagai Daya Tarik Konsumen Di Instagram Perspektif Hukum Bisnis Islam. *Al Maqashidi*, 4(2), 29–40. <https://ejournal.sunan-giri.ac.id/index.php/ALMAQASHIDI/article/download/515/360>
- Chakti, G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL - Gunawan Chakti*. Celebes Media Perkasa. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=saluran+digital+marketing&ots=wd4aK85Wom&sig=UlrBipBoDnLW-AaswjqzHdEpgog&redir\\_esc=y#v=onepage&q=saluran+digital+marketing&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=saluran+digital+marketing&ots=wd4aK85Wom&sig=UlrBipBoDnLW-AaswjqzHdEpgog&redir_esc=y#v=onepage&q=saluran+digital+marketing&f=false)
- Chiranthan, C. V., Krishna Prasad, M., & Shreyas, R. Y. (2018). Digital MCB. *Proceedings of the 2017 International Conference On Smart Technology for Smart Nation, SmartTechCon 2017*, 3(1), 1514–1518. <https://doi.org/10.1109/SmartTechCon.2017.8358617>
- Dalma, afif M. (2022). *√ Lengkap, Pengertian Strategi Pemasaran, Fungsi, Tujuan / dosenpintar.com*. <https://dosenpintar.com/strategi-pemasaran-menurut-para-ahli-jenis-tujuan-dan-contoh/>
- Didin Hadi Saputra, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana kusuma, Romindo, Dewi Wahyuni, Agung Purnomo, J. S. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah - Didin Hadi Saputra, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana Kusuma, Romindo, Romindo, Dewi Wahyuni, Agung Purnomo, Janner Simarmata - Google Buku*. Yayasan Kita Menulis. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=usbSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=keuntungan+digital+marketing&ots=drUlyl-5Jn&sig=fKKeXEGO-mDBKYmT3MU5PQCfA4Y&redir\\_esc=y#v=twopage&q=keuntungan+digital+marketing&f=true](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=usbSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=keuntungan+digital+marketing&ots=drUlyl-5Jn&sig=fKKeXEGO-mDBKYmT3MU5PQCfA4Y&redir_esc=y#v=twopage&q=keuntungan+digital+marketing&f=true)
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2020). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68–73.

<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/982/772>

- Farih, A., Jauhari, A., & Widodo, E. (2019). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 41. <https://doi.org/10.32503/jmk.v4i1.361>
- Gerry R. J. Wonok. (2020). *STRATEGI PEMERINTAH DESA DALAM PENCEGAHAN PENYEBARAN VIRUS CORONA (COVID-19) (Studi di Desa Mokobang Kecamatan Modinding Kabupaten Minahasa Selatan)*. 17.
- Hartanti, H., & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 183–190. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8791>
- Huda, M. N., Mulyono, Rosyida, I., & Wardono. (2019). Kemandirian Belajar Berbantuan Mobile Learning. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 2, 798–806. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/prisma/article/view/29270>
- Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. ALFABETA. <https://cvalfabeta.com/product/metodologi-penelitian-kualitatif-panduan-penelitian-beserta-contoh-proposal-kualitatif-2/>
- Indonesia, M. ulama. (2000). *Fatwa – Laman 14 – DSN-MUI*. Diakses pada 9 Mei 2022, dari <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/14/>
- Jonathan, W., & Lestari, S. (2015). Sistem Informasi Ukm Berbasis Website Pada Desa Sumber Jaya. *Z.A. Pagar Alam*, 01(1), 16–22.
- Jones, A. T., Malczyk, A., & Beneke, J. (2011). Internet Marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing. <https://vula.uct.ac.za/Access/Content/Group/95dfae58-9991-4317-8a1d-E2d58f80b3a3/Published%20OER%20UCT%20Resources/Internet%20Marketing%20textbook.Pdf>. <https://open.uct.ac.za/handle/11427/4154>
- Journal, I. (2019). Digital Marketing A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, e-ISSN: 2456-6470.
- Juliana, Djaksaputa, A., Prameszwary, A., & Hutahean, J. (2020). *MARKETING STRATEGY IN DIGITAL ERA*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=pZ8CEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=keuntungan+digital+marketing+Saluran+pemasaran+yang+beragam+&ots=K1Sm\\_6HDrM&sig=k-9p0wx\\_vh8ldUNwuAXInl59Cu0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=pZ8CEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=keuntungan+digital+marketing+Saluran+pemasaran+yang+beragam+&ots=K1Sm_6HDrM&sig=k-9p0wx_vh8ldUNwuAXInl59Cu0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true)
- Kannan, P. K., & Li, H. “Alice.” (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>

- Katrin, K., & Vanel, Z. (2020). Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1753>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). Kominfo.Go.Id. Diakses pada 17 April 2022, dari [https://kominfo.go.id/content/detail/30110/transaksi-e-commerce-naik-400-kominfo-latih-2500-umkm-jualan-online/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/30110/transaksi-e-commerce-naik-400-kominfo-latih-2500-umkm-jualan-online/0/sorotan_media)
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif / penulis, Prof. DR. Lexy J. Moleong, M.A. / OPAC Perpustakaan Nasional RI*. PT Remaja Rosdakarya. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305#>
- Mardia, M., Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., & Saragih, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. 224.
- Margareta Tatu, Jhon R. Wenas, A. M. (2017). Penggunaan Multimedia Interactive Video Berbasis Komputer Pada Materi Sistem Persamaan. *Jurnal Sains, Matematika, & Edukasi (JSME) FMIPA Unima*, 5(1), 46–50.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents and Consequences. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 187–196.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media. <https://pustaka.pu.go.id/biblio/media-sosial-perspektif-komunikasi-budaya-dan-sositeknologi/E2K85>
- Pertumbuhan Industri Makanan Minuman 2021 | Pusat Data Industri Indonesia*. (2020). Diakses pada 17 April 2022, dari Pusat Data Industri Indonesia. <https://www.dataindustri.com/produk/data-pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman/>
- Prastowo, A. (2014). Pemenuhan Kebutuhan Psikologis Peserta Didik Sd/Mi Melalui Pembelajaran Tematik-Terpadu. *JURNAL JPSPD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.26555/jpsd.v1i1.a538>
- Putra, A. K., Nyoto, R. D., & Pratiwi, H. S. (2017). Penyedia Jasa Les Private di Kota Pontianak Berbasis Web. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi*, 5(1), 22–26.
- Putri, A. M. A., & Sanica, I. G. (2022). DIGITAL MARKETING STRATEGY TO SURVIVE DURING COVID-19 PANDEMIC. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2022(8.5.2017), 2003–2005.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen*

*Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 16–35.

- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179–186. <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Sa`ad, M. I. (2020). *Otodidak Web Programming: Membuat Website Edutainment - Muhammad Ibnu Sa`ad - Google Buku*. Elex Media Komputindo. [https://books.google.co.id/books/about/Otodidak\\_Web\\_Programming\\_Membuat\\_Website.html?id=I73NDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Otodidak_Web_Programming_Membuat_Website.html?id=I73NDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian kualitatif dasar-dasar / Samiaji Sarosa, S.E, M.info.Sys, Ph.D ; editor penerbitan, Bambang Sarwiji | OPAC Perpustakaan Nasional RI. Editor Penerbitan, Bambang Sarwiji*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1077075>
- Sholihin, R. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0 - Riadhus Sholihin - Google Buku*. Anak Hebat Indonesia. [https://books.google.co.id/books/about/Digital\\_Marketing\\_di\\_Era\\_4\\_0.html?id=9dfyDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Digital_Marketing_di_Era_4_0.html?id=9dfyDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- Sugiyono. (2020). *Buku Metode Penelitian Sugiyono | PDF*. Alfabeta. <https://www.scribd.com/document/391327717/Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono>
- Sugiyono, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Afabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=26594>
- Supriatna, K., & Hidayat, D. (2021). Digital Branding @Arisancuankita Melalui Sosial Media Instagram. *Communication Journal*, 4(2), 212–212. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Supriyanta, & Nisa, K. (2015). Perancangan Website Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Bianglala Informatika*, 3(1), 35–40.
- Tri Rachmadi. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. TIGA Ebook. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RCzyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=keuntungan+digital+marketing&ots=RoOzc7zMXt&sig=h1QWGSMAgZn51rhYratewgxzinzM&redir\\_esc=y#v=onepage&q=keuntungan+digital+marketing&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=RCzyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=keuntungan+digital+marketing&ots=RoOzc7zMXt&sig=h1QWGSMAgZn51rhYratewgxzinzM&redir_esc=y#v=onepage&q=keuntungan+digital+marketing&f=false)
- Yustita, A. D. (2021). Komunikasi Pemasaran Antimo Anak di Media Sosial. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 208. <https://doi.org/10.37535/103001220207>
- Zakkiyah, A. (2022). *Menuju Equilibrium Pemasaran Tradisional dan Digital Saat Pandemi Halaman all - Kompas.com*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/05/24/141435326/menuju-equilibrium-pemasaran-tradisional-dan-digital-saat-pandemi?page=all>