DAFTAR PUSTAKA

Adiwijaya, S., Harefa, A. T., Isnaini, S., Raehana, S., Mardikawati, B., Laksono, R. D., Saktisyahputra, Purnamasari, R., Ningrum, W. S., Mayasari, Sari, N., & Muslim, F. (2024). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Alontari, Y., Nurdiantara, R. R., Putri, A. H., & Nurhakim, T. F. (2023). Direct Selling di Era Digital Melalui Online Store di Media Sosial: Studi Pada Konten Live Streaming Tiktok. *Jurnal Komunikasi Universal*, *5*(2), 262–276. https://doi.org/https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1500

Amalia, N. F., Umam, K., Arifin, M. R., Priyadi, H., Junaidi, M., Amrillah, B. H., Zahroni, M., Syahrullah, M., Hasim, M., & Zamzami, A. R. (2024). Pendampingan Digital Marketing pada Pengrajin Pande Besi Pendil pada Masa Pandemi Covid-19. *KHIDMAH : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 28–37. https://doi.org/10.55210/khidmah.v3i1.177

Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Komunikasi*, *5*(1), 66–72. https://doi.org/https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559

Arkhiansyah, M. T. B. (2021). *Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Pemasaran Syariah di Grosir Bang Iyuz*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Azizah, Z. M. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Whatsapp Bisnis Pada Lathifa Shop. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *3*(1), 11–25.

Badriyah, L. (2022). *Strategi Pemasaran Direct Selling dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jember Balung*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Jember.

Darmawansyah, I., & Sismiati. (2021). Indikator Keuangan dan Non-Keuangan Melalui ROI yang diterapkan dalam Sosial Media Marketing. *JUDICIOUS (Journal of Management)*, *2*(1), 1–8. https://journal.neolectura.com/index.php/judicious/article/view/379

Dewi, N. P. R. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Dimsum di Abiansemal Badung Bali*. Politeknik Negeri Bali.

Dicky, Y., & Mansoor, A. Z. (2020). Marketing Communication Strategy Using Direct Marketing For Start-Up Fashion Brand Teemochi. *European Journal of Business and Management Research*. https://doi.org/https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.2.288

Fanani, A. R. (2023). *Penggunaan Aplikasi Whatsapp Sebagai Digital Marketing dalam Pembelajaran Kewirausahaan Program Studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Fauzan, A. (2024). *Implementasi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Pada Toko Sakinah* [Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. https://sipora.polije.ac.id/2876/

Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.

Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan dan Kedekatan dengan Pelanggan di PT Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *5*(2), 193–200. https://doi.org/https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171

Kartajaya, H., Kotler, P., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia Explores The Country's Evolving Digital*

and Social Landscape. We Are Social and Meltwater.

Khumaira, N. A., & Nugraha, I. (2024). Analisis Efektivitas Digital Marketing Dengan Metode Marketing Funnel Terhadap Penjualan Graha Office. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *12*(1), 27–34.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (10th ed.). Kencana.

Kurniawan, N. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Siak*. Uniersitas Islam Riau Pekanbaru.

Lilis. (2022). *Implementasi Strategi Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM di Desa Seppong Kab. Luwu*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Noviani, M., & Fahlevi, R. (2024). Penerapan Pemasaran Digital Pada Toko Bangunan Yupindo Jaya. *Communnity Development Journal*, *5*(1), 845–853.

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cakra Books.

Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, *11*(2), 46–53. https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45

Priantoro, B. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Whatsapp (Studi Kasus Garuda Indonesia Solo). *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*. https://doi.org/https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5783

Ramadan, E. P. (2017). *Peran Rapma FM Sebagai Radio Komunitas Kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta (Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.

Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing: Strategi Memanfaatkan Teknologi untuk Pemasaran*. Penerbit Kencana.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tangdibali, H. T. (2022). Pengaruh Direct Selling dan Word Of Mouth Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan pada CV. Karya MT Maspul Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Taqiyya, R., & Riyanto, S. (2020). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Whatsapp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafipreneur Di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Idea*, *2*(10). https://doi.org/https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v2i10.634

Trisnani. (2017). Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*.

Ulfatul, A. (2020). *Pengaruh Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah BRI Syariah iB (Survei Pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga)*. IAIN Purwokerto.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 137–148. https://doi.org/https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. FEB-UP Press.

Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., & Tarecha, R. I. (2022). The Art of Digital Marketing. In *A Practical Guide to Security Assessments*. https://doi.org/10.1201/9780203507230.axl

Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., Silitonga, H. P., Amna, Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Cv. Media Sains Indonesia.

Zainarti, Nurwani, Nurbaiti, Aisyah, S., & Agustina, D. (2024). Digital Marketing dengan Memanfaatkan Social Media dan E-Commerce bagi Komunitas UMKM Wanita. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, *7*(2), 343–362. https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i2.20873