

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, C. N. S., & Muslikhah, R. S. (2023). Strategi Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus Yeszy.MFG. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat LPPM Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta*, 1, 237–243.
- Arianto, A., Bangun, R., Min Indillah, M. R., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Data, K. (2024). *Kondisi digital di Indonesia tahun 2024*. PT Kalowave Teknologi Indonesia.
- Denzin, N. K. (2009). A Theoretical Introduction to Sociological Methods. In *The Research Act* (1st ed.). Routledge.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315134543>
- El Ghifari, L. F., & Supendi, M. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Cafe. *Jurnal Niara*, 16(3), 504–512. <https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15295>
- Faeni, D. P., Jumawan, Fitri, N., Putri, S. W., Anggaina, M., Putri, E. N., & Arzety, A. V. (2024). Penggunaan Analisis SWOT untuk Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 30–38. <https://doi.org/10.55606/optimal.v4i1.2567>
- Farahdinna, P. N. (2022). *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam Disusun* [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/23300/>
- Gunawan, C., & Septianie, I. (2021). The Effect of Trust and Risk Perceptions Using E-Commerce on Consumer Purchase Intentions (Study on Lazada Consumers in Sukabumi City). *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/10.122020/jecombi.v1i2>
- Handoyo. (2024). *Pasar Alas Kaki di Indonesia Diperkirakan Capai US\$ 5,49*

Miliar pada Tahun 2024. Kontan.Co.Id.

- Hasyim, Simarmata, J., & Nasirwan. (2022). Building marketing performance through digital marketing and database-based networking capability in Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 1125–1134. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.7.007>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (1st ed.). Media Nusa Creative.
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ekoprint. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 147–152.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuntitatif dan Kualitatif* (M. Fikri & D. Syahputra (eds.); 1st ed.). QUADRANT.
- Khairi, U. A., Hasibuan, N., Zidan, A. P. R., & Suhairi. (2024). Strategi Pemasaran dan Posisi Target sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 9–17. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424> Volume
- Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190.
- Mulyana, A., Vidiati, C., Agung, P., Danarahmanto, Agussalim, A., Wiwin, A., Fiansi, Fitra, Aryawati, N. P. A., Noer, N. A., Ridha, Milasari, L. A., Fernando, A. S., & Martono, S. M. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif* (Lathifaturahmah & Erlangga (eds.); 1st ed.). Widina Media Utama.
- Napsiah, T., Thamrin, D., & Siahaan, M. (2025). Jurnal Manajemen , Akuntansi dan Rumpun Ilmu Ekonomi (MAR – Ekonomi) Promotion Strategies in Increasing Sales of Herborist Products through Social Media Instagram , Shopee and Tiktok Shop (Case Study on Herborist User Community in Muarabakti Village ,. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 3(02), 77–86. <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/marekonomi>
- Oktavian, R., & Aminuddin, L. H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam

- Meningkatkan Penjualan Pada Toko Sepeda Eks Bike Dolopo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 333–346.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.1031>
- Purwianti, L., Agustin, I. N., & Steven. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada Me And You Café. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 1707–1713.
- Ramadhanty, S. N., Thamrin, D., Siahaan, M., Martinio, J., Renwarin, J., & Hadita, H. (2024). *Perubahan Strategi SDM pada PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park*. 3(3), 15–22.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jimas.v3i3.1423>
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah P.S, T. E., Muniarty, P., Firmansyah, H., & Mundzir, A. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In Romando & E. Sudarmanto (Eds.), *PENERBIT INSANIA*.
<https://doi.org/10.5937/civitas2001052n>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Siahaan, M. (2022). Penyuluhan Masyarakat Kewirausahaan Bidang Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Desa Sriamur, Tambun Utara, Bekasi. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 106–121.
- Utami, F. (2024). Analisis Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Mardhiyyah Ritel. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 879–887.
- Wibowo, R. A. P., & Sitorus, F. (2022). Implementation Of Digital Marketing In Maintaining MSMEs During The Covid-19 Pandemic Penerapan Digital Marketing Dalam Mempertahankan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2283–2291.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Yasotha, Lumbantungkup, R., Siregar, M., Indriati, A., Azhari, Z., & Busra, A. D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe OX Coffee Medan. *Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora*, 1(1), 8–16.