

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. Metode Penelitian Kualitatif. Makassar: CV. syakir Media Press, 2021.
<https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Almasdi Syahza., (2021) Metodologi Penelitian, Edisi Revisi. Unri Press, Pekanbaru.
https://www.researchgate.net/publication/354697863_Buku_Metodologi_Penelitian_Edisi_Revisi_Tahun_2021
- Awali, H., & Rohmah Farida. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 1–14. <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/balanca/article/view/1342>
- Brown, R., & Rocha, A. (2020). Entrepreneurial Uncertainty during the Covid-19 Crisis: Mapping the Temporal Dynamics of Entrepreneurial Finance. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, 1–10.
https://www.researchgate.net/publication/342080420_Entrepreneurial_uncertainty_during_the_Covid-19_crisis_Mapping_the_temporal_dynamics_of_entrepreneurial_finance
- Collins English Dictionary. 2012. "Definition of Website". HarperCollins. Tersedia pada <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/website>. Diakses pada 28 November 2022.
- Firmansyah, Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran* (Tim Qiara Media (ed.)). Pasuruan: CV. PENERBIT QIARA MEDIA. Retrived from https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf
- Elcom. (2011). *Tips & Tricks Series Google SEO: mendongkrak situs anda ke peringkat puncak pada search engine*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
<https://sibooky.semarangkota.go.id/tips-dan-tricks-series-google-seo-mendongkrak-situs-anda-ke-peringkat-puncak-pada-search-engine>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 1, 62–76.
<https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/download/175/128/>
- Gurnelis, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies. Retrived from https://www.aucd.org/docs/webinars/30_Minute_Social_Media_Marketing.pdf
- Haider, T., & S. Shakib. (2017). *A Study On The Influences of Advertisement On Consumer Buying Behavior*. *Business Studies Journal*, 9. <https://www.abacademies.org/articles/a-study-on-the-influences-of-advertisement-on-consumer-buying-behavior-7177.html>

- Hidayat, A. R. L., & Tarmuji, A. (2011). Analisis Penerapan *SEO (Search Engine Optimization)* dan *SMO (Social Media Optimization)* pada *Website* Fakultas di Universitas Ahmad Dahlan untuk Meningkatkan Peringkat di *Search Engine*. <http://journal.uad.ac.id/index.php/JSTIF/article/view/2841>
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., dan Shiratuddin, N., (2015). *Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model*. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 172, 262–269. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815004000>
- Intan, Rakhmayanti Dewi. (2022). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Larasari, A., Pradiptya, A., Mawardani, M. (2022). *Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati*. 397 – 402. <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/download/6055/2948>
- Merriam-Webster.com. 2012. "Definition of Communication". Merriam Webster. Tersedia pada <https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication>. Diakses pada 28 November 2022.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11(2), 46–53. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/45>
- Pujadi, T., & Setiadi, R. (2010). APLIKASI E-MARKETING PADA PT BUANA JAYA PAPERINDO. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, B-48-B-55. <https://journal.uui.ac.id/Snati/article/view/1888>
- Ridwansyah, Ardhi. (2017). *Instant Marketing for Busy People* (Firda Nurizahro (ed.)). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M L N. (2018). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 1(2): 25-30. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/379>
- Sanapiah, F. (2005). *Format - Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Press. https://books.google.com/books/about/Format_format_penelitian_sosial_dasar_da.html?id=InmLnQEACAAJ
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=F9NBDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13, 28–36. <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/download/99/89/>

- Sasongko D et.al. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6, 93. <https://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi/article/view/7809>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta. <https://www.pdfdrive.com/prof-dr-sugiyono-metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd-intro-e56379944.html>
- Suwartono. 2014. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi. Retrived from https://www.researchgate.net/publication/321057969_Dasar_Dasar_Metodologi_Penelitian/link/5cb888d8299bf120976f7f0d/download
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 337–327. https://www.researchgate.net/profile/Aditya-Wardhana/publication/327069950_STRATEGI_DIGITAL_MARKETING_DAN_IMPLIKASINYA_PADA_KEUNGGULAN_BERSAING_UKM_DI_INDONESIA/links/5b768dd8299bf14c6d aa3920/STRATEGI-DIGITAL-MARKETING-DAN-IMPLIKASINYA-PADA-KEUNGGULAN-BERSAING-UKM-DI-INDONESIA.pdf

