

## DAFTAR PUSTAKA

- Adella dan Rio, 2021. “penerapan pemanfaatan hasil market intelligence dalam rangka pengembangan produk” Akrimi dan Khemakem. 2012.” Pentingnya Media sosial terhadap Perkembangan ekonomi di kabupaten ciamis“
- As’ad, H. AbuRumman 2014, Universitas Ahmad Dahlan, “ pentingnya strategi marketing digital melalui social media pada UMKM di kabupaten Klaten”.
- BUKU PANDUAN PKPM IIB DARMAJAYA GANJIL\_2022\_2023
- D. Purwana, R. Rahmi, and S. Aditya, “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit,”
- Drury Veby Zilfania, (2014: 17) Seloah Tinggi ilmu ekonomi Muhammadiyah “ Pengaruh Social Media Terhadap Pemasaran Produk “.
- Esih Jayanti, Nandang Bekti,2023 sekolah tinggi ilmu ekonomi muhammadiyah cilacap “ *Digitalisasi umkm dan literasi keuangan untuk keberlanjutan umkm di kabupaten cilacap* “,
- <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Iringmulyo,\\_Metro\\_Timur,\\_Metro#](https://id.wikipedia.org/wiki/Iringmulyo,_Metro_Timur,_Metro#)
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_digital](https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_digital)
- Kurnian. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. Jurnal Riset Komunikasi Volume 1 Nomor 1 Februari 2018.