

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Y. F., & Laday, R. K. (2025). Pelatihan Pengenalan Paid Media dan Digital Ads. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 02(02).
- Albani, A., Pata, K., Hidayat, M. R., & Sanjaya, V. F. (2024). *STRATEGI MARKETING PRODUK UMKM MELALUI DIGITAL MARKETING (STUDI KASUS AYAM PENYET UMI). 1.*
- Citra Melati Khairunnisa, Suharyanto, & Taufik Ariyanto. (2023). Analisis Media Sosial Marketing dan Optimasi Mesin Pencari (SEO) Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 25–46. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.530>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023a). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023b). ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Jubaidi, J., Novianty, D., Sugara, D. W., Herwanda, R. P., & Nasron, K. (2022). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness Pada Kelurahan Pondok Benda Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan. *DEDIKASI PKM*, 3(2), 138. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i2.20165>
- Mushi, H. M. (2024). Digital marketing strategies and SMEs performance in Tanzania: Insights, impact, and implications. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2415533. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2415533>
- Novitasari, S., Permadi, B., Riyanto, I., & Tusadiah, H. (2025). *IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE BAKPIA WONG JOGJA*. 6(2).
- pelitaekspres. (2025, August 8). JASMINE GALLERY: Menenun Warisan Budaya Lampung ke Dalam Busana Etnik Modern di Era Digital. *pelitaekspres.com*. <https://pelitaekspres.com/jasmine-gallery-menenun-warisan-budaya-lampung-ke-dalam-busana-etnik-modern-di-era-digital/>
- Putra, E. Y., & Jocelyn, F. (2022). Implementasi Pemasaran Digital pada UMKM Pondok Vegetarian Top 68 dengan Menggunakan Media Sosial. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 3(2), 102–108. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v3i2.2755>

Riyanto, A. D. (2025, February 28). Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025. *Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>

Sari, R. K., & Syaputra, M. A. (n.d.). *The Role of Marketplaces in Assisting MSME Growth Using the Systematic Literature Review Method*. 9(2).

Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>

Siregar, A. I. (2024). Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2921. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5678>

Stahl, F., Schomm, F., Vossen, G., & Vomfell, L. (2016). A classification framework for data marketplaces. *Vietnam Journal of Computer Science*, 3(3), 137–143. <https://doi.org/10.1007/s40595-016-0064-2>