

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. (2020). *Strategi Pemasaran UMKM melalui Facebook Marketplace*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 45–53.
- Hidayat, R. (2021). *Pemanfaatan Shopee Seller sebagai Media Penjualan UMKM*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 10(1), 12–20.
- Kusumaningsih, D., Pratama, R., & Wibowo, A. (2021). *Marketplace sebagai Media Pemasaran Digital bagi UMKM di Era Industri 4.0*. Jurnal Ekonomi Kreatif, 8(3), 101–110.
- Nurudin, A., Fitriani, R., & Lestari, D. (2020). *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Digital UMKM*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, 7(1), 15–25.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Susanto, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM. **Jurnal Ekonomi dan Manajemen**, 10(1), 1–10.
- Astuti, M., & Pratama, A. (2020). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM. **Jurnal Administrasi Bisnis**, 9(2), 25–36.