

## DAFTAR PUSTAKA

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.
2. Dwijayanti, A., Sari, R., & Anggi, M. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di era digital. *Jurnal IKRA-ITH Abdimas*, 5(4), 1–10
3. Hair, J. F., Wolfinbarger, M., Money, A. H., Samouel, P., & Page, M. J. (2015). *Essentials of Business Research Methods*. Routledge.
4. Haryanto, J. O. (2019). *Strategi Digital Marketing untuk UMKM*. Yogyakarta: Andi Offset.
5. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
6. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, NJ: Wiley.
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
8. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, Society*. Pearson.
9. Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
10. Maszudi, E., Basuki, I., & Nugroho, H. (2023). Strategi digital marketing untuk pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi*, 7(2), 45–56

11. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
12. Pradiani, T. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 59–72.
13. Putri, N. R., Sari, A. P., & Yuliana, D. (2025). Peran media sosial sebagai pemasaran digital bagi UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi Digital dan UMKM*, 9(1), 15–27
14. Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
15. Sihura, H. K. (2025). Peran media sosial dalam strategi pemasaran UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 11(2), 88–99
16. Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (7th ed.). Pearson.
17. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
18. Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
19. Wibowo, S., & Widayati, T. (2021). Pendampingan UMKM melalui literasi digital untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Abdimas*, 6(2), 120–130.
20. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.