

DAFTAR PUSTAKA

- Bachri, M. S. (2022). Optimalisasi Dan Efektivitas Digital Marketing Melalui Beriklan Di Instagram Yang Dipengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli. *Journal of Applied in Business Management and ...*, 43–54. <http://intropublicia.org/index.php/jabma/article/view/34%0Ahttps://intropublicia.org/index.php/jabma/article/download/34/22>
- Farida, I., Aryanto, A., Hanum, N., Ardi, N., & Mutoati, S. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Konsumen UMKM di Kota Tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(3), 472–477. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i3.3752>
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Rahma, N. A., & Adlina, H. (2024). Efektivitas Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ukm Kuliner Di Lubuk Pakam. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(4), 420–430. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v2i4.608>
- Rahmawati, L., Ikaningtyas, M., Rungkut Madya No, J., & Timur, J. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack Di Kebumen Application of Digital Marketing to Support SME Bites Snack in Kebumen. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 63–71. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.310>
- Suhada, S., Bahri, S., Nugraha, S. B., Hidayatulloh, T., & Wintana, D. (2023). Sistem Rekomendasi Produk Menggunakan Metode User-Based Collaborative Filtering Pada Digital Marketing. *J-Intech*, 11(1), 159–167. <https://doi.org/10.32664/j-intech.v11i1.866>
- Haryanto, R., Setiawan, A., Nurhayati, R., Gede, I., Mertayasa, A., & Nugraha, A. R. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review. *Edunomika*, 08(02), 1–10.
- Honestya, G., & Veri, J. (2024). Systematic Literature Review : Pengaruh Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk Kecantikan. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 523–531. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4205>
- Ismayantika Dyah Puspasari, Sudarmiati, & Agus Hermawan. (2022). Strategi Penguasaan Pasar Usaha Kecil melalui Pengelolaan Laba untuk Bangkit dari Kegagalan. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 53–62. <https://doi.org/10.33795/jraam.v6i1.005>

- Juliandra, G., Gunawan, M. I., Tanjung, N., Fajar, M., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5249–5253. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/13189>
- Keytimu, E. S., Bunga, M., Dhae, Y. K. I. D. D., & Fanggidae, A. H. J. (2021). Analisis Digital Marketing Dalam Penjualan Majalah Kesehatan Pada Pt . Digital Marketing Analysis In Sales Of Health Magazines At Pt . *Glory: JurnalEkonomi&IlmuSosial*, 1061–1068.
- Laila Fitria, Fauzi Arif Lubis, & Nurbaiti, N. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Suhada Grup. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 212–223. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1904>
- Lee, W. C., & Aulia, S. (2023). Analisis Digital Marketing Media Sosial Instagram Dare Photobooth. *Prologia*, 7(2), 263–268. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i2.21349>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nurjanah, I., & Purnama, D. (2021). Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Struktur Aset, Profitabilitas Dan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Hutang. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(2), 260–269. <https://doi.org/10.46306/rev.v1i2.35>
- Pamungkas, S., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing di Era Pandemi COVID-19 terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(04), 121–134. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Wida Rahmayani, M., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131–140. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>
- Ayu Alfyya Fathinasari, Purnomo, H., & Poniran Yudho Leksono. (2023). Analsis of the Study of Digital Marketing Potential on Product Purchase Decisions in Generation Z. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(5), 1075–1082. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v6i5.174>
- Kusumawati, Y., Samari, & Purnomo, H. (2021). Upaya meningkatkan volume penjualan melalui kualitas produk, harga dan promosi pada ud jawa mandiri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6 (1), 97–108. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/926>

- Lestari, R. Y., Ratnanto, S., & Purnomo, H. (2021). Analisis Store Atmosphere, Lokasi Usaha, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Homely Koffee Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6 (1)(2), 347–359. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/708>
- Susanto, S., Wahyudi, F., Bangun, S., Nurdiani, T. W., & Purnomo, H. (2023). Analysis of The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Reuse Intention of Mobile Banking Payment in E-Commerce Transactions. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 274–280. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.933>
- Syahroq, K. F., Purnomo, H., & Soejoko, D. K. H. (2021). Analisis Dukungan Selebriti, Gambaran Merek, Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Konsumen Produk Busana 3second. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*, 6 (1), 325–331. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/694>