

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aradatin, Muslih, B., & Meilina, R. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 UNP Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*, 757–767.
<https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1704>
- Ameilia, R., Wulandari, M. E., & Jumantri, C. P. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Snack Makaroni. *Perfect Education Fairy*, 1(4), 142–151.
<https://doi.org/10.56442/pef.v1i4.826>
- Arya Dharma Syahputra Handika, Muhammad Rizky Awwalul Ramadhan, & Ayundha Evanthy. (2023). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Pertenakan Lebah Di UMKM Madu Lebah Klanceng Di Desa Talang Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 14–19.
<https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.165>
- Audi Yosrul Mustofa¹, Sigit Wisnu Setya Bhirawa², B. M. (2021). analisis volume penjualan beras lokal ditinjau dari harga, kualitas produk, dan pelayanan di toserba bahagia Nganjuk. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 1346–1352.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/1122>
- Bisnis, J. M., & Setyaningsih, F. (2021). *ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PELANGGAN PADA LEMBAGA RAFI BIMBEL TANGERANG*.
- Dirgantari, A. S., Kartutu, S. J., Aladdin, Y. A., Papua, U. M., Jakarta, U. S., Nasional, U., & Papua, U. M. (n.d.). *Analisis Pengaruh Kampanye Digital*

Terhadap Persepsi Merek Di Era Media Sosial. 1400–1407.

Fitriani, L. D., Dewi, N. H. U., Hudiwinarsih, G., Riqqoh, A. K., Purnamasari, L., & Soebijanto, A. (2022). Pendampingan Pembuatan dan Implementasi Konten Sosial Media Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 464–476. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.4054>

Harahap, E. F., Fitriana, R., Adisuwiryo, S., & Najih, M. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Andi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 6(1), 61–66. <https://doi.org/10.25105/jamin.v6i1.17449>

Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 184–190.

Kurniawan, R. (2014). Aplikasi Location Quotient (LQ) Sebagai Metode Penentuan Komoditas Palawija Unggulan Di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 114–119.

Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Produk Kuliner Di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>

Primadewi, A., Anwar, T. M., Yustin, Y., Sani, A. H., & Fauzi, M. (2020). Penguatan Pemasaran Produk Umkm Ashfa Madu Borobudur Melalui Strategi Product Branding. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(3), 154. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i3.17683>

Pt, P., Dwi, G., & Cabang, L. (2017). ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA PT. GAUDI DWI LARAS

CABANG PALEMBANG Penulis. *Jurnal Adminika*, 3(2), 81.

Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134.
<https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>

Sari, F. P., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Simposium Manajemen Dan Bisnis (SIMANIS)*, 1(1), 464–474.

Soeprajitno, E. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Stand Pakaian Pasar Tradisional Bandar Kediri). *Jur Nal Ekonomi Bisni S*, 4(2), 298–315.

SOFA SOFIAH, 2022. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI PEMANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA MADU “9 RATU LEBAH” UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL*.

Suci, Y. R. (2008). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.

Tohari, A., Kurniawan, A., & Muslih, B. (2021). Utilization of Tax Incentives, Tax Services and Existence of Tax Sanctions on Tax Compliance in Submitting SPT and Micro Business Sustainability at Kediri City during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Research and Review*, 8(11), 463–469. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20211158>

Wirawan, A. D., Soeprajitno, E. D., & Meilina, R. (2023). Pengaruh media sosial, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko legian nursery 1),2),3). *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2(Istanti 2019), 1566–1574.