

DAFTAR PUSTAKA

- Administrasi, J., Adman, K., & Purnomo, Y. J. (2023). *Machine Translated by Google Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Konversi Penjualan di Platform E-commerce Machine Translated by Google. 1*, 54–62.
- Aliami, S., & Anas, M. (2022). *Pathway of Building SMEs Performance in Cluster through Innovation Capability*. 76, 140–152.
- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67–78. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/596>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing* (Sobirin (ed.)). celebes media perkasa.
- Diana Rapitasari. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Lestari, A. D., & Sardanto, R. (2021). Implementasi SWOT Dan Business Model Canvas Guna Terciptanya Keunggulan Kompetitif Produk Pada Barelo Cafe Nganjuk. *SENMA (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS)*, 880–892. <https://scholar.google.co.id/citations?user=pDQGWAQAAAAJ&hl=en>
- Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Ali, S., Aradatin, A., Muslih, B., Meilina, R., Nusantara, U., Kediri, P., Ahmad, J. K. H., & Kediri, K. (2017). *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*. 757–767.
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi di Kota Kediri. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi*

- Islam*, 5(2), 43–62. <https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376>
- Pramawati, I. D. A. A. T., Putri, K. M. D., & Mulyawan, I. P. A. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit. *Jurnal Pendidikan ...*, 12(2), 263–275. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/29305>
- Purnomo, Y. J. (2023). Digital Marketing Strategy to Increase Sales Conversion on E-commerce Platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 54–62. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.23>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Sufaidah, S., Aminah, N., Ayu Prasasti, M., Oktavianti, D., Wahab Hasbullah, K. A., & A Wahab Hasbullah, U. K. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152–156.
- Sugiyono. (2019). Uji Instrumen. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1(69), 5–24.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Unique, A. (2016). 濟無 No Title No Title No Title. 0, 1–23.
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *DIGITAL MARKETING*. Edulitera.
- Yulia Putri, S., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen-Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 8(1), 496–506.