

DAFTAR PUSTAKA

- Anaroga, p. 2009. *manajemen bisnis*. jakarta: rineka cipta.
- Djaslim, s. 1991. *unsur-unsur inti pemasaran dan manajemen pemasaran*. bandung: mnadar maju.
- Hasibuan, m. 2011. *manajemen : dasar, pengertian, dan masalah*. jakarta: bumi aksara.
- Jaiz, m. 2014. *dasa-dasar periklanan*. yogyakarta: graha ilmu.
- Kasmiri, a. 2011. *manajemen bsinis suatu pengantar*. sumedang: IKOPIN Press.
- Prayitno, A. (n.d.). Pengertian Digital Mrketing Menurut Hli, Strategi dan Perkembangannya di Indonesia.
- Saladin, d. 1991. *unsur-unsur inti pemasaran dan manajemen pemasaran*. bandung: mandar maju.
- Sugini, b. 2019. *kiat bangun bisnis lewat perencanaan dan anggaran*. yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Tjiptono, f. 2001. *strategi pemasaran*. yogyakarta: andi.

REVERENSI LAINNYA :

- Atina, v. Z. 2021. Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing pada Pelaku UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan. *prosiding seminar nasional riset terapan*, 2747-1217.
- Ermaya, s. k. 2022. strategi pemasaran UKMK industri kuliner berbasis digital. In *pemikiran untuk koperasi UMKM berkinerja* (pp. 171-180). sumedang: IKOPIN Press.
- Dewi, c. 2019. dampak pemakaian instagram terhadap perkembangan usaha mikro. *J-MKLI*, 1-11.
- Indonesia, R. 2008. *Undang-Undang No, 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta: Lembaga Negara RI Tahun 2008.
- Prayitno, Aris .2019. “Pengertian Digital Marketing Menurut Para Ahli, Strategi dan Perkembangannya di Indonesia”.
- <https://www.justaris.com/pengertiandigital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-diindonesia/>, diakses pada 10 juni 2023 pukul 11.35

- G, c. d. 2019. dampak pemakaian instagram terhadap usaha mikro. *J-MKLI*, 1-11
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. 2021. Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Untuk bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 32-41.
- Handy Permana, S. D. 2019. Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Sustainability Bisnis UMKM. *Ethos*, 163-169.
- Kepres RI No. 99 tahun 1998 (Keppres RI No. 99 Tahun 1998 Tentang UMKM)
- Priambada, s. 2015. Manfaat Penggunaan Instagram Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). *seminar nasional sistem informasi indonesia*, 42-46.
- Pusat Data Statistika UMKM Berdasarkan Kuantitas Tenaga Kerja
- Maskarto. 2021. *penenrapan strategi bisnis di masa pandemi Covid-19*, 122-127.
- Setiawati, r. 2022. peran sosial media dalam meningkatkan minat beli konsumen. In *pemikiran untuk koperasi dan UMKM berkinerja* (pp. 181-190). sumedang: IKOPIN Press.
- Sembiring, e. 2021. peningkatan kemampuan penyusunan laporan keuangan dan pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) kuliner kota bandung di masa pandemi covid-19. *difusi*, 21-32.