

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, Allan. 2004. *Business Strategi: A strategic Management Approach*. McGraw-Hill: New York
- Appley, A. Lawrence dan Lee, Oey Liang. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ariyanto, Aris et al. 2021. *Entrepreneurial Mindset and Skill*. Solok: Insan Cendikia Mandiri.
- Basu Swastha. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha. 1999. *Manajemen Penjualan, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Chaffey, Dave. 2009. *E-Business and Marketplace Management, Strategy, Implementation & Practice*. Pearson Education: England
- Chaffey, Dave., & P. R. Smith. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Chaniago, A. Arifinal. 1998. *Ekonomi 2*. Bandung: Angkasa.
- Frans M. Royan. 2020. *Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing*. Surabaya: Groedu Digital Marketing.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta.: Bumi Aksara
- Griffin, Ricky W. dan Ebert, Ronald J. 2007. *Bisnis. Edisi Kedelapan. Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kaplan, A.M & Haenlein, M. 2010. *Users of the World, United The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler, Philip & Amstrong Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Malayu Hasibuan. 2005. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Manullang, M. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Pers.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- R. Terry, George. 2006. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sanjaya, R., dan Tarigan, J. 2019. *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Visser, Marjolein, Berend Sikkenga, & Mike Berry. 2019. *Digital Marketing Fundamentals From Strategy to ROI*. Taylor & Francis.

Referensi Lainnya

- Apjii.or.id. 2023. *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. Diakses pada 12 Februari 2024, dari <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung.
- Chloe & Dharmik. 2018. *Digital Marketing & Social Media. International Conference Business Restrategiling: Exploring New Initiative in Key Business Functions*, 163-167.
- Data.purbalinggakab.go.id. 2023. *Data UMKM Kabupaten Purbalingga Tahun 2018-2023*. Diakses pada 21 Mei 2024, dari <https://data.purbalinggakab.go.id/dataset/data-umkm-kabupatenpurbalingga-tahun-2018-2023/resource/84d992c5-e303-4f76-9f04-c01b9fef540e>
- Ekon.go.id. 2023. *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Diakses pada 21 Mei 2024, dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318>
- Ermaya, s.k. 2022. *Strategi Pemasaran UMKM Industri Kuliner Berbasis Digital. In pemikiran untuk koperasi UMKM berkinerja* (pp.171-180). Sumedang: IKOPIN Press.

- Kasmiri, Adeng. 2011. *Manajemen Bisnis Suatu Pengantar*. Sumedang: IKOPIN Press.
- Kim, A. J., & Ko, E. 2012. *Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand*. *Journal of Business Research* 65, 1480-1486.
- La Moriansyah. 2015. *Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents and Consequences*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19 (3), 187-196.
- Muhammad Athfal, Sari Wulandari, dan Rio Aurachman. 2022. *Perancangan Strategi Digital Marketing pada Produk Bumbu Instan Noeya Menggunakan Metode SOSTAC*. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(2).
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. 2020. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39.
- Priambada, S. 2015. *Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah (UKM)*. *Seminar Nasional Sistem Indonesia*, 41-46.
- Putri F, S, I, dan Uus M, D, F,. 2023. *Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan*. *Cipta Grafika. Jurnal Economina*, 2(8), 1974.
- Rosti Setiawati. 2022. *Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Sumedang: IKOPIN Press.
- Ucu, Nurwati. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Sumedang: IKOPIN PRESS.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- Vania R. Laila dan Jojok Dwiridotjahjono. 2023. *Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Penjualan Pada Arunazma*. *Journal of Management and Social Sciences*, 1(2), 10.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Zanuar Rifai, Husni Faqih, dan Dwi Meiliana. 2021. *Metode SOSTAC Untuk Penyusunan Strategi Digital Marketing pada UMKM Dalam Menghadapi Pandemi dan Pasca Pandemi*. *Jurnal Sains dan Manajemen*, 9(1).