

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, et al. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. 115
- Ayesha, et al. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Pt. Global Eksekutif Teknologi. Digital Marketing.pdf.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Daerah Kecamatan Sawang 2023. Aceh Utara: Badan Pusat Statistik. <http://acehutarakab.bps.go.id>
- Budiarti, et al (2024). “Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Era Digital.” *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 7 (2): 435–53.
- Erwin, dkk. 2023. *Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing Pada Era Society 5.0 – Google Books*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Faradila. 2023. Pengaruh *Word Of Mouth* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Sundes BUMG Sawang Aceh Utara. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Malikssaleh. Lhokseumawe.
- Farisi, S Al., et al. 2022. Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*. Vol. 9 (1). <http://dx.doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307>
- Febriantoro, Arisandi, D. 2018. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Manajemen Dewantara*. Vol. 1(2). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasan, et al. 2021. “Manajemen Strategi,” 1–146.
- Hendrawan, et al. 2019. “ Pengaruh Marketing *Digital* Terhadap Kinerja Penjualan produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantasari Cilacap” 4:50–61.
- <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#>. Diakses tgl 15/09/2024.
- Indika, Suhenda Adia. 2021. Pengaruh Komitmen Organisasi Dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 1, (2).

- Indrapura, et al. 2023. "Analisis Strategi *Digital Marketing* Di Perusahaan Cipta Grafika." *Jurnal Economin a* 2 (8): 1970-78.
- Mardina, et al. 2023. "Pelatihan *Digital Marketing* Menggunakan Aplikasi Facebook Ads dan Google Trends Di Kelurahan Setiaratu" 1 (3).
- Mirdzan Muhammad. Et al. 2022. Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *E-jurnal Riset Manajemen*. Vol. 12 (01).
- Nasution. 2022. Pengaruh *Corporate Social responsibility* Terhadap *Brand Awareness* PT Pupuk Iskadar Muda. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Malikussaleh. Lhokseumawe.
- Nazarudin. 2018. *Manajemen Strategik*. NoerFikri Offset. [http://repository.radenfatah.ac.id/7078/1/Buku manajemen strategik- digabungkan.pdf](http://repository.radenfatah.ac.id/7078/1/Buku%20manajemen%20strategik-%20digabungkan.pdf).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 (2021). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Prabowo. 2021. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Organizational Performance* Dengan *Intellectual Capital* Dan *Perceived Quality* Sebagai Variabel Intervening Pada Industry Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manaemen Pemasaran*. Vol. 12. No.2
- Rendy Wandra. 2022. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung
- Silviana. 2020. "Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palopo). Palopo
- Sudiantini, Dian. 2022. *Manajemen Strategi. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*. Vol. 7.
- Sugiyanti, et al 2022. Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*. Vol. 1(2). 100-110
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D, Bandung : PT. Alfabeta.
- Supandi, Agus, Ria Susanti Johan. 2022. "Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatn Pelaku UMKM Di Kecamatan Cilandak" 9 (1): 15–24.
- Survei Penetrasi Internet Indonesia. (2024). Diakses tgl 15/09/2024 dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII): <https://survei.apjii.or.id/>

- Suwandi, et al 2023. “Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah.” *Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora* 1 (4): 116–27. <https://doi.org/10.59061/guruku.v1i4.501>.
- Taufiqurokhman. 2016. “Mengenal Manajemen Strategik,” 1–134.
- UU No.20 Tahun 2008. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Wahyuni. 2023. Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Muun Donuts. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Malikussaleh. Lhokseumawe.
- Wijayanti, R. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif. *Widya Gama Press*
- Yatminiwati, Mimin. 2019. *Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. *Widya Gama Press*.
- Zahra, Sukmalengkawati. 2022. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA*. Vol.6. No.3.