

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4888. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. [http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL MARKETING.pdf](http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL%20MARKETING.pdf)
- Cay, S. (2020). *Strategi Pemasaran E-commerce Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM di Kota Tangerang Selatan)*. 4(2), 160–170
- Dewi, K. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital pada Aplikasi TikTok Studi Kasus Akun TikTok @zaaferindonesia. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 507–514. <https://doi.org/10.54082/jupin.189>
- Dewi, R. (2022). Peran Digital Marketing Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Bisnis Islam. In *Skripsi*.
- Dr.Abdul Fattah, Nasution M, P. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF DR.ABDUL FATTAH NASUTION , MPD. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Erlangga christoper Yudha, V. A., & Utomo, I. W. (2024). Analisis Penerapan Model Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Iklan Susu Ultra Versi Sheila on 7. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 5(2), 213–222. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i2.1234>
- Erli Lingga Eka Puspa Nanda, yunita A. (2024). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN*.
- Erwin, E. dkk. (2023). Digital Marketing : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0 - Google Books. In *PT Sonpedia Publishing Indonesia*.
- Erwin, E., Tinggi, S., Ekonomi, I., Makassar, C., Ardyan, E., Surabaya, U. C., Ilyas, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., Tarakan, B., & Ariasih, M. P. (2023). *DIGITAL MARKETING (Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5 . 0)* (Issue June).

- Evasari, A. D. (2019). No STRATEGI PEMASARAN ISLAMAI DENGAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Gunawan, A. (2023). Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022. *Jurnal PBM: Pengembangan Bisnis Dan Manajemen*, 23XXIII(43), 95–109.
- Hadibrata, J., & Sondang, E. (2021). Barang Pada Toko Sembako Somay. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 1–13.
- Hadribata, J. (2021). *Jurnal Teori Penjualan*. 1–14.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25.
- Jasri., Arfan, N., -, H., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253.
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*.
- Kurniawan, N. (2022). Analisa Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Kabupaten Kampar. *Jurnal Sains Dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47–54.
- Kurniawati, dkk . (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap KomunikasiPemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 347–353.
- Lailia, V. R. (2023). *Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma*. 1(2).
- Marliani, L., & Si, M. (n.d.). *Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang*. 150, 17–21.
- Maulana Sanderson, pasaribu et all. (2024). Strategi Konten Marketing Pada Media Sosial Instagram SebagaibStrategi Pemasran Digital Sate Taichan Senayan. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di PT. Hadji Kalla Cabang Palopo. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 19–27.

- Nur Widyawati, elida mahriani, helin garlina yuda wissastra. (2023). *Pengantar Administrasi Bisnis*.
- Sartika, R. D. (2023). *Strategi Pemasaran Melalui Media Digital untuk Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kerajinan Tangan*.
- Shukmalla, D., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)*. 8(3), 326–341.
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.
- Theodora, D. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12(1), 37–47.
- Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV. Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2.
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). *Pembuatan Content Marketing sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness bagi Pelaku Usaha di Era*. 2(2), 89–96.
- Zakia Salsabila. (2022). *Peran Digital Marketing Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam Peran Digital Marketing Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Cov*. 1851010185.
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* , 10(4), 1299–1307. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>