

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2019). *Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT . Singa Mas Pandaan*. 1, 103–125.
- Akbar, M. F., & Anggraeni, F. D. (2017). Teknologi Dalam Pendidikan : Literasi Digital dan Self-Directed Learning pada Mahasiswa Skripsi. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 28–38. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v1i1.4458>
- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media*. CV BUDI UTAMA.
- Ghozali, I. (2016). *aplikasi analisis multivariate*.
- Handayani, T., & Anwar Fathoni, M. (2019). *Buku Ajar MANAJEMEN PEMASARAN ISLAM*. CV BUDI UTAMA.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlefi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah*. KENCANA Divisi dari PRENADAMEDIA Group.
- Husniyah, N., Ramadansyah, E., Pertiwi, H., & Tamara, A. F. (2023). *Economics and Digital Business Review Analisis Tingkat Literasi Digital UMKM di Jawa Barat*. 4(1), 845–868.
- Iordache, C., Mariën, I., & Baelden, D. (2017). Developing digital skills and competences: A quick-scan analysis of 13 digital literacy models. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), 6–30. <https://doi.org/10.14658/pupj-ijse-2017-1-2>
- Irawan, E. (2023). *Literature Review : Literasi Digital , Literasi Ekonomi , Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah*. 1(4).

- Ishak, S., Choirunissa, R., Agustiawan, Purnama, Y., & Septiya Ahmad, V. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KESEHATAN*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2008). *Syariah Marketing*. Pt Mizan Pustaka.
- Maulana, M. (2015). Definisi , Manfaat dan Elemen Penting Literasi Digital. *Seorang Pustakawan Blogger*, 1(2), 1–12. <https://www.muradmaulana.com/2015/12/definisi-manfaat-dan-elemen-penting-literasi-digital.html>
- Mikro, U., Menengah, K., Kec, D. I., & Timur, P. (2021). *PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN*. 2.
- Muchtar, M. F., & Arlita, N. F. (2022). 6 1,5,6. 1(1), 1–8.
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Novegia Ratih Primandari, S.E, M. S., Nazipawati, S.E, M. S., Dr. Munajat, S.P, M. S., ir. Lindawati, M. ., & Enda Kartika Sari, S.P., M. S. (2023). *Strategi Pengembangan UMKM*. CV BUDI UTAMA.
- Nudiati, Deti Sudiapermana, E., Masyarakat, P., Indonesia, U. P., Pendidikan, E., & Indonesia, U. P. (2020). *Indonesia Journal of Learning Education and Counseling*. 3(1), 34–40.
- Nurjannah, & Subur, H. (2024). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN LITERASI DIGITAL*. 1(5), 163–173.
- Putra, P., & Hasbiyah AN, W. (2018). *TEORI DAN PRAKTIK PEMASARAN SYARIAH*. PT RajaGrafindo Persada.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rika, Mardiana, & Arum Sunarta, D. (2023). *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Peningkatan Minat Beli Masyarakat Pada Bisnis Online*. 1(1).
- Rizal, C., Anisatur Rosyidah, T., Rijalul Akbar, M., & Hidayat, L. (2022). *LITERASI DIGITAL*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Rizky Iman, M., Bakari, Y., & Moonti, A. (2024). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Literasi Digital UMKM Agribisnis dalam Adopsi Strategi Pemasaran Digital di*

Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo UMKM Digital Literacy Agribusiness in Adoption of Digital Market. 10, 2613–2625.

Rodliyah, L. (2021). *NGANTAR DASAR STATISTIKA*. LPPM UNHAS YTEBUIRENG JOMBANG.

Rozatul Ikhwa, & Rayyan Firdaus. (2024). Penerapan E-Commerce Dalam UMKM Kota Lhokseumawe. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 57–60. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.193>

Sevty, G., Ananda, J., Hafiz, A. P., & Ramli, F. (2024). *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pelaku UMKM dalam Pemasaran Syariah*. 2(3), 82–98.

Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164–173. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.108>

Sinaga Dameria. (2014). *Statistik Dasar*. UKI PRESS.

Sudirman, M. (2023). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3). CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Sujarweni, V. W. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS & EKONOMI*. PUSTAKABARUPRESS.

Syaripudin, Adawiyah, & Muhaimi. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran*. c, 1–8.

Tri Wahyudi, S. (2017). *STATISTIKA EKONOMI Konsep, Teori dan Penerapan* (Malang). UB Pres.