

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Imam, Et Al. *Digital Marketing (Concept, Strategy, And Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri, 2022.
- Al Fahri, Syafiq Muhammad. *Implementasi Kebijakan Privasi Terhadap Data Pribadi Pengguna E-Commerce Ditinjau dari UU No 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi (Studi Kasus Lazada)*. BS thesis. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Anggraini, Dewi. 2013. *Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan (Studi Kasus Bank BRI)*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan.
- Anita Sunelfiya Dewi, *Pengaruh Kondisi Ekonomi Keluarga Terhadap Prestasi Belajar*, (Banda Aceh: 2020).
- Arhami & Noor Bakri, Adzan. 2023. *Failure Handling Strategy for Micri People Business Credit (KUR)*. Jurnal of Sharia Economics.
- Atina, V. Zulfa, W. B. A. Shevalinzi, and Akhmad Nurdin. "Pemanfaatan teknologi *Digital Marketing* pada pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan omset penjualan." *Prosiding Seminar Nasional Riset Teknologi Terapan*, e-ISSN. 2021.
- Gunawan Chakti. *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Vol. 1. Celebes Media Perkasa, 2019.
- Juswanda, *Dampak Minimarket Terhadap Usaha Kecil Menengah Di Kelurahan Balandai Kota Palopo*, (Palopo: 2017)
- Kurniati, Rini Rahayu, and Daris Junaida. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja *Online* Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja *Online* Mahasiswa Universitas Islam Malang)." *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)* 8.3 (2019): 154-162.
- Megi Tindangen , Daisy S.M Engka, Patri c C. Wauran, "Peran perempuan dalam meningkatkan ekonomi keluarga (studi kasus : perempuan pekerja sawah di desa lemah barat kecamatan tombariri timur kabupaten minahasa)". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 20 No. 03 Tahun 2020.
- Muhammad Iqbal, 'Efektifitas *Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan Pada Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Di Aceh)*', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7.2 (2021), 83–93
- Muna, Farida Nailil. "Pengaruh pembelian *online* dan pembelian *offline* terhadap keputusan pembelian dengan minat sebagai variabel intervening (studi kasus pada 3Second Yogyakarta)." (2019).

- Pariyem, 'Variabel Determinant Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pasar Sronдол', Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 9.1 (2019)
- Pramono, Edi, Rusnandari Retno Cahyani, and Annisa Indah Mutiasari. *Analisis Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Surakarta*. Diss. Universitas Sahid Surakarta, 2021.
- Rahmadieni, Risky Yuniar, And Eka Idar Wahyuni. "Pelatihan *Digital Marketing* Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Bulusulur." *Jurnal Al Basirah* 2.1 (2022): 17-26.
- Setiawan, Zunan, *Buku Ajar Digital Marketing*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambuhan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta:LP3ES.
- Tri Widiastuti. "Strategi *Digital Marketing* Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang." *Jurnal Riptek* 15.1 (2021): 64-69.
- Tria Anggraini. *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam*. Diss. IAIN Bengkulu, 2019.