

DAFTAR PUSTAKA

- Adzan Noor Bakri, Pemanfaatan digital marketing untuk bisnis online mahasiswa Palopo, “*Jurnal Imarah*”, Vol.1, No.2, 2020: 12.
<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3258/1/>
- Andi Hendrawan dkk, *Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap*, “*Jurnal Adinistrasi dan Kesekretarisan*,” Vol.4 No.1 Maret (2019) : 54.
<http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189>
- Anoraga, P. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 2017)
- Anoraga, Pandji, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipt, 2012).
- Beik, Irfan Syauqi dan Laily Dwi Arsyianti. *Ekonomi Pembangunan. Syariah. Edisi Revisi*. (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2017)
- Brock, *the Economics of Small Business: Their Roles and. Regulations in USEconomy*, (Holmes & Meier Publishers, 2019)
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, edisi revisi (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Carlson, D. S., K. Michele Kacmar dan Larry J. Williams. Construction and Initial Validation of a Multidimensional Measure of Work-Family Conflict. “*Journal of Vocational Behavior*”. Vol.5, No.6, 2000: 249-276.
<https://www.researchgate.net/publication/228079357>
- Dave Chaffey, *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*, (England: Pearson Education Limited, 2018)
- Deni Apriadi dan Arie Yandi Saputra, E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian, “*Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*”. Vol.1 No.2, 2019: 132-133.
<https://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/36>
- Deni Apriadi dan Arie Yandi Saputra, E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian, “*Jurnal Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*”. Vol.1 No.2, 2019.
- Dina Lathifa. Perbedaan UKM dan UMKM. Dipublikas tanggal 17 Februari 2023.
<https://www.online-pajak.com/>.

- Dr.Nursapia Harahap, *Penlitian Kualitatif*, ed. Hasan Sazali (Jl.Ekarasmi Medan Sumatera Utara, 2020).
- Endah Marendah Ratnaningtyas,dkk, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini,2022), 36.
- Fandy Tjiptono & Gregorius, *Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Startegik, Branding Starategy, Cusoemer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018)
- Fasiha, dkk, Peran budaya wirausaha untuk meningkatkan kinerja usaha mikro, kecil dan menengah di Yogyakarta, “*Jurnal Hasanuddin*”, Vol. 7, No.3, 2024: 105. <http://pasca.unhas.ac.id/ojs/index.php/hebr/article/view/5172>
- Harto et al. Pelaksanaan Pemasaran Intenatiation untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. “*Jurnal Pengabdian Masyarakat*”. Vol.3.No.1. 2019; 72. <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/iltizam/article/>.
- Hartono Widodo. *PAS (Pedoman Akuntansi Syari’ah)*. (Bandung: Mizan, 2000)
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: Departemen Agama RI, 2012).
- Kemp, S. The State of the Internet in Q2 2017 – We Are Social. <https://wearesocial.com/uk/special-reports/state-internet-q2-2022> diakses pada 22 juli 2023.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid Satu*. (Jakarta: Erlangga. 2009)
- M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah*, Jilid 9 (Jakarta : Lentera Hati, 2018)
- Meity Taqdir Qodratillah, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementrian dan Budaya, 2011).
- Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992),
- Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Besar Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modren English Press 2002)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan,. Implementasi dan Pengendalia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2018)
- Poerwadarminta W.J.S, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT.Balai Pustaka 2002), 125.

- Prof. Dr. Sugiyono, “*Memahami Penelitian Kualitatif*”, (Bandung : ALFABETA,2017)
- Prof. Dr.A.Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Penelitian Gabungan*, (Bandung : Jaya Satu. 2017)
- Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015).
- Rachmawan Budiarto, dkk, *Pengembangan UMKM: Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015)
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated*, (Jakarta: tridarma, 2009)
- Ratih Indriyani, Pemanfaatan digital marketing bagi pengembangan usaha makanan dan minuman, “*Jurnal Kreativitas dan Inovasi*”. Vol.2 No.2 Mei 2022: 68-75. 10.24034/kreanova.v2i2.5220
- Regina, A.N., Sherine dan Uun R.. *Penerapan Strategi Online Marketing UMKM Pada Era Normal Baru*. (Jakarta: Tirta buku, 2020)
- Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan, *Creative digital marketing*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019)
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. *Creative Digital. Marketing*. (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2009)
- Sesi Enjel, Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1 No.2, 2019: 34. <http://repository.radenintan.ac.id/8158/>.
- Sesi Enjel, Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1 No.2, 2019.
- Siska Meilya P.M Penerapan strategi digital marketing pada umkm makanan dan minuman khas gresik, “*Jurnal Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*,” Vol.1, No.3 September, 2022: 75, <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/10207/1775>
- Sugiyono, “*Metode Peneltian Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

Sumiyanto, *Ahmad, Keunggulan Sistem Ekonomi Islam dalam Menjawab. Keraguan Berekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Safiria Insani Press, 2008)

Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju. Sukses, Edisi Ketiga*, Penerbit Salemba, (Jakarta. J. Minardi. 2006)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM

Utomo, R. Perancangan Sistem Informasi Kredit Mikro Mahasiswa Berbasis Web. "Jurnal Sistem Informasi", Vol.8, No.1, 2016: 883–893. <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/article/view/>

Yanto Susilo, Penerapan transformasi digital pada pemasaran ekonomi kreatif kuliner minuman boba, "Jurnal Ekonomi," Vol.7, No.2, 2022; 510-519. <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.13785>

Yoyo Sudaryo dkk, *Digital Marketing dan Fine Tech di Indonesia*, (Yogyakarta: Andi OFFSET, 2020).

