

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Wadi, B., Syam, M. A., Luthfi, R. Z., Abdi, F. A., & Sulindawaty, S. (2025). *Analisis peran dan tantangan penggunaan blockchain untuk meningkatkan pertumbuhan penjualan dan kepercayaan konsumen di e-commerce*. JSI (Jurnal Sistem Informasi), 12(1).
- Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. (2022). *Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat*. Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi, 2(2), 292-306.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asiyah, S. (2023). *Inovasi bisnis ritel e-commerce Tokopedia dalam transformasi era Retail 4.0*. Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 7(1), 39-45.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing* (5th ed.). Routledge.
- Constantinides, E. (2014). *Foundations of social media marketing*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 148, 40-57.
- Dolega, L., Rowe, F., & Branagan, E. (2021). *Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales*. Journal of Retailing and Consumer Services, 60, 102501.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). *Strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing: Studi kasus pada kelompok usaha "Kremes Ubi" di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang*. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 12(1), 17-22.

- Fatonah, F., Putra, Y. A., Setiawan, C. E., & Nainggolan, K. L. (2024). *Pengaruh media sosial sebagai alat pemasaran dalam meningkatkan penjualan UMKM*. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 7(4), 45-56.
- Fatonah, S., & Rahmawati, D. (2024). *Pemanfaatan platform Shopee sebagai media pemasaran dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan UMKM*. Jurnal Pemasaran Digital, 3(2), 45-58.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gutiérrez, L. F., Rosada, L. M., & Jiménez, A. (2011). *Chemical composition of Sacha Inchi (Plukenetia volubilis L.) oil and its potential application in food industry*. Food Chemistry, 127(3), 1255-1260.
- Hidayanti, M., Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2023). *Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis, 21(2), 45-56.
- Järvinen, J., & Karjaluoto, H. (2015). *The use of digital analytics for measuring digital marketing performance*. Industrial Marketing Management, 50, 117-127.
- Kirom, M. F., Bahwantoro, R., & Yusuf, A. (2024). *Pengaruh pemasaran digital dan kemudahan penggunaan platform marketplace online Shopee terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk fashion*. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 7(3), 8174-8185.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62.
- Porter, M. E. (2008). *The five competitive forces that shape strategy*. Harvard Business Review, 86(1), 78-93.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill Education.
- Rombo, R., Sari, D. P., & Nugroho, A. (2022). Analisis perbandingan efektivitas strategi pemasaran digital dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inovatif*, 15(2), 45-56.
- Sen, R., & King, T. (2020). *Data-driven digital marketing strategies for customer engagement and loyalty*. *Journal of Marketing Analytics*, 8(2), 145-160
- Septiana, A., & Jumiati, S. (2021). Strategi pemasaran tabungan tarbiyah dengan akad mudharabah (Studi kasus di BPRS SPM Cabang Bangkalan). *Eco-Socio: Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1-11.
- Sugiyono. (2006). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Metode riset bisnis*. Yogyakarta: Andi.