

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Ali, S., & Marbun, R. (2018). Pembimbingan dan Penguatan Karakter Bisnis Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Cibinong Kabupaten Bogor. 1-7.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Carpio, K. V., Acre, S., Enjolras, M., & Camargo, M. (2020). How Institutions Promote *Digital marketing* in Small and Medium International Companies: Comparison between Costa Rica and France. *Technology Innovation Management Review (Vol.10, Issue 4)*, 58-71.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice. 6th Edition*. Edinburgh: Pearson.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital marketing Excellence Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing*. New York: Routledge.
- 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). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17-22.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara Vol 1 No 2*, 62-76.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF Volume 15*, 133-146.
- Haryanto, A. T. (2020, Februari 20). *detikInet*. Diambil kembali dari detik.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan Volume 4*, 50-61.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Jamiat, N., & Sumarni, T. (2019). Pemanfaatan *Digital marketing* pada pengerajin Tahu Bungkek Kabupaten Sumedang. 67-88.
- Jayani, D. H. (2020, Februari 26). *databooks*. Diambil kembali dari [katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia)
- Joseph, T. (2011). *Apps: The Spirit Of Digital marketing 3.0*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Kader, M. A., Mulyatini, N., & Setianingsih, W. (2018). Model Pemasaran Digital Marketing FB_Ads dan Email Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal ekonologi Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 2*, 299-305.
- Kartika, R., & Nurlaillah, Y. F. (2018). Penerapan Internet Marketing Pada Program Kampung UKM Belimbing Depok Goes Digital. *JURNAL HUMAS INDONESIA Vol. 2, No. 1*, 1-21.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition 15*. Pearson Education.
- Kotler, P. H. (2017). *MARKETING 4.0 Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3, No. 1*, 18-33.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnsi Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1, No.2*, 133-144.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi *Digital marketing* dalam Membangun Brand Awareness. *PProfesi Humas, Volume 3, No. 1*, 1-20.
- Pojoksatu.id Group. (2016).
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *JIBEKA VOLUME 11 NOMOR 2*, 46-53.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) Vol. 1 No. 1*, 1-17.

- Rahman, M. A. (2020). Studi Penerapan *Digital marketing* Pada UKM Makanan Khas di Kota Malang. *Jurnal Pendidikan & Budaya WARTA PENDIDIKAN Edisi 40*, 46-50.
- Ratnasingam, J., Jegathesan, N., Latib, H. A., Ioras, F., Mariapan, M., & Liat, L. C. (2021). *Digital marketing* during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of its Adoption by Furniture Manufacturers in Malaysia. *BioResources 16*(2), 3304-3317.
- Rachmawati, F. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya. *Skripsi*.
- Salamah, S. (2017). Strategi Digital Marketing PT. Wahana Mitra Wisata (Wahana Haji Umrah). *Skripsi*.
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong) . 116-126.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Smith, D. C. P. (2017). *Digital marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (5th ed.). Routledge.
- Stokes, R. (2013). *eMarketing The essential guide to marketing in a digital world* (5th ed.). Minds of Quirk.
- Syahmid, A. (2020, November 7). *Cibinong Deklarasikan Sebagai Kota UMKM*. Retrieved from Bocimi Update: <https://bocimiupdate.pikiran-rakyat.com/tren-bisnis/pr-124922742/cibinong-deklarasikan-sebagai-kota-umkm>
- Usmara, A. (2013). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Forum Keuangan dan Bisnis IV*, 327-337.
- Wardiani, R. (2019, Maret 5). *Paguyuban UMKM Cibinong Siap Dirikan Cibinong Raya*. Retrieved from Kompasiana.
- We Are Social. (2019, January 30). *Digital in 2019*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- We Are Social. (2020, January 30). *Digital In 2020*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/digital-2020>

- We Are Social. (2021, January 2021). *Digital 2021*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- Yim, K.-H. (2020). A Study on *Digital marketing* Promotion Strategy and Implementation Strategy Implementation Plan of Global SMEs. *Journal of Digital Convergence Vol. 18 No. 11*, 195-205.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Pustaka Media.