

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Hadi, A. R. (2021). Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi. Purwokerto Selatan: Cv. Pena Persada.
- Adeolu, O. S. (2021). Social Media Usage As An Effective Entrepreneurial Tool Among Business Owners Amidst Covid-19 Pandemic. *International Journal Of Business And Digital Economy*, 63-74.
- Aldo Hardi Sancoko, V. R. (2019). Membangun Strategi Pemasaran Umkm Kuliner Kajian Fenomenologi Angkringan Di Surabaya. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 96-104.
- Amirullah. (2022). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Malang: Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Andy Prasetyo Wati, J. A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Apriadi, D., & Saputra, Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti*, 131-136.
- Arif, M., & Aditya, S. (2022). Dampak Perilaku Komunikasi Pemain Game Mobile Legends Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Journal Of Intercultural Communication And Society*, 31-45.
- Astuti, A. M., & Ratnawati, S. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 38 - 68.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif Dan Filsafat Ilmu Pengetahuan Dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 97 - 107.
- Benjamin K. Wright, A. S. (2017). Brand Marketing Via Facebook An Investigation Of The Marketing Mix, Consumer-Based Brand Equity, And Purchase Intention In The Fitness Industry. *Marketing Management Journal*, 131-141.
- Bestari. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Unit Penerbitan, 85.
- Chrismantianto, & Wulanata, I. A. (2017). Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 133-144.

- Deni Apriadi, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti*, 131-136.
- Deni Apriadi, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 131-136.
- Dimas Hendika Wibowo, Z. A. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing . *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 59 - 66.
- Dimas Hendika Wibowo, Z. A. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 59-66.
- Du, A. (2022, Febuari 23). Tips Menghadapi Persaingan Bisnis Bagi Umkm. Retrieved From Krealogi.Com: <https://krealogi.com/tips-menghadapi-persaingan-bisnis-bagi-umkm/>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 33-54.
- Fani, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Online. *Strategi Komunikasi Pemasaran Online*, 14 -109.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Fitri Norhabiba, S. A. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8-15.
- Gumilang, G. S. (2016). Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan Dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling* , 144-159.
- Hadi, A., & Rusman, A. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Purwokerto Selatan: Cv. Pena Persada.
- Henky, H. (2021). Analisa Swot Dan Stp (Segmentasi, Tertarget, Posisi) Terhadap Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 127-138.
- Heri Akhmadi, S. N. (2021). Use Of Whatsapp Application On Fruit Marketing Communication: A Traders' Experience. *Jios*, 95-113.
- Indria, D. (2020). Peranan Harga Dan Digital Marketing Pada Butik . *Jurnal Universitas Area Medan*, 1-87.

- Intan, P., & Marhaeni. (2015). Pengaruh Modal Kerja, Jumlah Tujuan Negara, Jumlah Tenaga Kerja Dan Kurs Dollar Amerika Terhadap Nilai Ekspor Kerajinan Bali Di Pasar Internasional. *E-Jurnal Ep Unud*, 998-1017.
- Irmawati, & Dewi. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis –*, 95-112.
- Jannatin, R., Warhana, W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact : Implementation And Action*.
- Kurnia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru Implikasi Terhadap Teori. *Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru*, 291-296.
- Lulud Oktaviani, S. A. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk . *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 369-375.
- Mamik. (2015). *Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama.
- Maryama, S. (2013). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Liquidity*, 73-79.
- Maulid, & Reyvan. (2022, September 15). Metode Teknik Analisis Data Kualitatif Pada Grounded Theory. Retrieved From Dqlab.Id: <https://www.dqlab.id/metode-teknik-analisis-data-kualitatif-pada-grounded-theory#:~:Text=Grounded%20theory%20merupakan%20metode%20riset,Yang%20dikumpulkan%20dari%20berbagai%20data>.
- Maya Retnasary, S. D. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 76-83.
- Morissan. (2014). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *Pilar Teknologi : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik*, 55-60.
- Nabilla, G. A., & Antje, T. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis*, 21 - 40.

- Nadia Ika Purnama, L. P. (2021). Analisis Penggunaan E-Commerce Di Masa Pandemi. *R Nasionalteknologiedukasidanhumaniora2021*,, 553-558.
- Nenden, A., & Putri, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Dalam Pembelajaran Online. *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 54-62.
- Ni Putu Intan Ayu Indah Permata Sari, A. (2015). Pengaruh Modal Kerja, Jumlah Tujuan Negara, Jumlah Tenaga Kerja Dan Kurs Dollar Amerika Terhadap Nilai Ekspor Kerajinan Bali Di Pasar Internasional . *E-Jurnal Ep Unud*, 998-1017.
- Nurman. (2021). Memahami Metodologi Studi Kasus, Grounded Theory, And Mixed Method. Jakarta: Kencana.
- Nursapia Harahap, M. (2020). Penelitian Kualitatif. Medan: Wal Ashri Publishing.
- Prayitno, S., & Harjanto, R. (2017). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Purnama, I., & Pratami, P. (2021). Analisis Penggunaan E-Commerce Di Masa Pandemi. *R Nasionalteknologiedukasidanhumaniora2021*,, 553-558.
- Putong, I. (2003). Teknik Pemanfaatan Analisis Swot Tanpa Skala Industri (A-Swot-Tsi) . *Jurnal Ekonomi & Bisnis No. 2*, , 65-71.
- Rahardjo, M. (2018, Maret 23). Paradigma Interpretif. Retrieved From Repository.Uin-Malang.Ac.Id: Repository.Uin-Malang.Ac.Id/2438
- Rahmatul Jannatin, M. W. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm. *Jurnal Impact : Implementation And Action*.
- Retnasary, M., Setiawati, D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketiing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 76-83.
- Richard West, L. H. (2012). Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sari, R. P. (2017). Marketing Mix Implementation In Small Medium Enterprises: A Study Of Galeristorey Online Business. *Enterprises: A Study Of Galeristorey Online Business*, 115-125.
- Shiner, D. V. (2000). Marketing's Role In Strategic Marketing's Role In Strategic. *European Journal Of Marketing*, 23-31.

- Suarto, E. (2013). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis Swot . Jurnal Spasial, 51-63.
- Subaktilah, Y., & Kuswardani. (2018). Analisis Swot: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus Di Ukm Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). Jurnal Agroteknologi, 107-115.
- Sudarsono, & Blasius. (2017). Memahami Dokumentasi. Acarya Pustaka, 47-65.
- Sugiyono, D. (2013). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana. (2015). Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Ukm Di Indonesia. Forum Keuangan Dan Bisnis, 327-337.
- Wati, P. A., Martha, A., & Wati, I. (2020). Digital Marketing. Malang: Edulitera.
- Wibowo, H. D., Zainul, A., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 59 - 66.
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia Di Era Pandemi Covid-19 Dan Kenormalan Baru. Jurnal Komunikasi Profesional, 39-56.
- Yani Subaktilah, N. K. (2018). Analisis Swot: Faktor Internal Dan Eksternal Pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu (Studi Kasus Di Ukm Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). Jurnal Agroteknologi, 107-115.