

DAFTAR PUSTAKA

- Atin, N. (2023). *ABSTRACT PROPOSED EXPERIENTIAL MARKETING STRATEGIES TO INCREASE THE CUSTOMER AWARENESS AND PURCHASE DECISIONS OF THERAPEUTIC MEDICAL YOGA SERVICES CASE STUDY OF YOGA TULANG BELAKANG (CV. SEHAT SEJATI SEJAHTERA)*.
- Augina, A., Program, M., Ilmu, S., Masyarakat, K., Kedokteran, F., Kesehatan, I., Jambi, U., Letjend, J., No, S., 33, T., & Pura, J. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Aylinanda Putra, I., Abdul Basit, A., Avrianto, A., Ekonomi, F., & Garut, U. (2025). *PENGARUH STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN CONTENT MARKETING DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN VIERA SUTRA ALAM*. 9(2), 2025.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Magetan, 2023*. Magetankab.Bps.Go.Id. <https://magetankab.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTM1NSMx/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-magetan--2023.html>
- Citra Ayunda, B. (2025). *ABSTRACT THE ROLE OF GROWTH HACK STRATEGY IN INFLUENCING CUSTOMER PURCHASE INTENTION IN A NEW EDTECH START-UP: A CASE STUDY OF SMARTZ CENTRE*.
- Fatin, D., Azara, P., & Fajar, R. A. (2026). Strategi Pemasaran Berbasis Digital pada UMKM Kota Medan dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Pasca-Pandemi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 11577–11584. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5229>
- Febrianawati Yusup. (2018). Uji VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* Vol. 7 No. 1. Januari – Juni 2018 (17-23), 7(1), 17–23.
- Forester, B. J., Idris, A., Khater, A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas. In *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4).

- Khairiyyah, N., Adhitya Nugraha Pratama, M., Niswah, Q., Sulton Fakultas Ekonomi dan Bisnis, M., Studi Manajemen, P., & Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, I. (2026). Integrasi Digital Marketing dan Pengalaman Pelanggan Dalam Community-Based Cafe. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 7(1), 172–180. <https://doi.org/10.47065/jbe.v7i1.9286>
- Kinanti, N., Putri1, A., & Dwi, A. (2021). Penerapan PIECES Framework sebagai Evaluasi Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akademik Terpadu (SIKADU) pada Universitas Negeri Surabaya. *JEISBI*, 02. <https://siakadu.unesa.ac.id>
- kompas.com. (2025, August 14). *Alasan Tiktok Menjadi Platform Sosial Media Yang Populer di*. <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2025/08/14/08270037/Survei-Apjii--5-Medsos-Terpopuler-Di-Indonesia-2025-Tiktok-Juara?Page=all>. <https://tekno.kompas.com/read/2025/08/14/08270037/survei-apjii--5-medsos-terpopuler-di-indonesia-2025-tiktok-juara?page=all>
- Maududi, A., Supandi, A., Hendrarso, P., Tinggi, S., & Banten, I. A. (2024). *Tren Platform Digital Marketing pada pelatihan Pemasaran Digital UMKM di Indonesia pada Artikel Jurnal terindeks Google Scholar*.
- Oktavia, R., Tinggi, S., Islam, A., & Paciran, M. (2025). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial (Tik Tok) Pada UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam Marketing Strategy Through Social Media (Tik Tok) in MSMEs in the Perspective of Islamic Economics*.
- Pandora, V. V., & Djajalaksana, Y. M. (2022). Penerapan Digital Marketing Multichannel untuk Pemasaran Program Studi Sistem Informasi. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(1). <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4248>
- Putria, A., Ilma, R., Putri, I., & Mulyono, D. B. (2015). *PEMBELAJARAN MATEMATIKA POKOK BAHASAN RATA-RATA HITUNG MENGGUNAKAN PENDEKATAN PMRI DI KELAS VII*.
- Putri, E. S., & Thohiri, R. (2025). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM*. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Rahayu, I. F., Aini, I. N., Karawang, U. S., Ronggo Waluyo, J. H., Timur, T., Karawang, K., & Barat, J. (2021). ANALISIS KEMANDIRIAN BELAJAR DALAM PEMBELAJARAN MATEMATIKA PADA SISWA SMP. *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*, 4(4). <https://doi.org/10.22460/jpmi.v4i4.789-798>

- Regina, T., Hendriyani, M., Teknik Elektro, P., Teknologi, F., Swadharma, I., Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM SEKTOR KULINER*. 14.
- Restu Adinugraha¹, K. M. W. (2024). ANALISIS SWOT DAN STP (SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING)UNTUK MENERAPKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM –MIE BERGAYA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntans*.
- Riko Al Hakim¹, I. M. W. Y. (2021). Validitas_Dan_Reliabilitas_Angket_Motiva. *FOKUS*.
- Rizki Amalia, Putri Utami, D., Noerpijar, A., Cahyati, C., Fatmah, I., Peradaban Program Studi Manajemen, U., & Ekonomika dan Bisnis, F. (2025). *Optimalisasi Media Sosial dan Branding sebagai* (Vol. 2, Number 2).
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sugi Rahayu Ningsih, L., Anah, L., Nisful Laili, C., Eka Bintang, R., & Bintang Miftakhul Choir, R. (2025). Jurnal Mirai Management Penggunaan Digital Marketing Dalam Pelaku Umkm: Metode Literature Review. *Jurnal Mirai Management*, 10(2), 272–286.
- telkomuniversity. (2025, September 22). *Digital Marketing*. Bdb-Pwt.Telkomuniversity.Ac.Id. <https://bdb-pwt.telkomuniversity.ac.id/digital-marketing-solusi-strategis-mengembangkan-bisnis-di-era-digital/>
- Tiara Devi Almira. (2017). *ANALISIS KUALITAS INFORMASI KONTEN WEBSITE REPOSITORI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA*.
- Trifanny Zahra Nur Annisa, R. A. A. (2026). *kuisisioner*. (PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora).
- Vera Nurfajriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>

- Yang, X., & Cao, S. (2025). Research on precise product selection optimization strategy of live e-commerce based on AARRR model from the perspective of digital twin. *Proceedings of 2025 6th International Conference on Computer Information and Big Data Applications, CIBDA 2025*, 672–677. <https://doi.org/10.1145/3746709.3746824>
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Yuliani, W. (2018). *QUANTA METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING*. 2(2). <https://doi.org/10.22460/q.v2i1p21-30.642>
- Zuhroh, N. F., & Pradhani, F. A. (2024). PERAN SISTEM INFORMASI DALAM IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 3(2), 174–187. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i2.6690>