

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, S., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024a). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72.
<https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>
- Arija Fachriyan, H., & Rahayu Waluyati, L. (n.d.). Perubahan Traditional Marketing Mix (4P) di dalam E-Marketplace dan Dampaknya pada Keunggulan Posisional Bersaing UMKM Pangan. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 2021.
- Dwi, A., Mahardika, P., Kadek, I., & Nuryana, D. (2025). Business Process Analysis and Modelling Using the Business Process Model Notation (BPMN) Method (Case Study: Percetakan Simo Jaya). *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 6(3), 307–319.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/>
- Ekombis Review -Jurnal, J., Ekonomi, I., Bisnis, D., Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., Heru, M., & Santoso, B. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM. *Jurnal Ekombis Review*, 10(2), 833–840.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2>
- Handrian Meylano, N., Wilve Baly Woda, Y., Pangestu Mukin, D., Lino Pereira, F., & Evarista Theresia, D. (2025). Penerapan Metode Requirement Engineering dalam Pengembangan Website E-Commerce sebagai Media Promosi dan Pemasaran pada Kelompok UMKM Tenun Ikat. In *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi (JIMIK)* (Vol. 6, Number 1). <https://journal.stmiki.ac.id>
- Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). STRATEGI ADAPTASI UMKM DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN DI ERA EKONOMI DIGITAL 1. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(4), 122–135.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v4i4.9318>
- Hasibuan, U. S., Annas, F., Lubis, A. R., & Wandira, R. (2023). Optimalisasi Pemasaran Digital dengan Integrasi Media Sosial untuk Meningkatkan

Penjualan Online. *JOVISHE : Journal of Visionary Sharia Economy*, 02(02), 356–369. <https://doi.org/10.57255/jovishe.v2i2.461>

hendra. (n.d.).

Mariani Sagala, P., Melida Br Tarigan, K., Andarini, S., Respati Kusumasari, I., Bisnis, A., & Timur, J. (2024). ANALISIS PENTINGNYA PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Number 1). https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index

Maulana, M. F., & Nisa, F. L. (2024). Peningkatan Akses Pasar Bagi Pelaku Industri Kreatif Melalui Pemanfaatan Platform Digital. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 6(2), 71–80. <https://doi.org/10.33005/jdep.v6i2.473>

Mukarommah et al., 2025. (n.d.).

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), 100–118. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4248>

Pangestuti Yosinta, & Sudrajat Bayu. (2025). Strategi Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner di Kecamatan Karangpucung. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 13(1), 102–112. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v13i1.352>

PT. Media Akademik Publisher. (n.d.). <https://doi.org/10.62281>

Putri, E. H. (2017). EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA SAMARINDA (STUDI PADA DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA SAMARINDA). *EJournal Administrasi Negara*, 5, 5431–5445.

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>

Rahayu, N. K., & Sumadji, S. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Layanan E-commerce. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 3(1), 1–12.

Rahman, Abd., & Nurzaman, R. A. K. F. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Transformasi Teknologi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(1), 8–20.

- Ramadhani, A. N., & Siahaan, R. F. B. (2025). *PENGARUH MARKETING MIX DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOLAM RENANG ASRI SAENTIS*. 2(2), 29–44.
- Reggina Wike Anjani. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>
- Risquita, R. R. P., & Fahrizal, I. (2025). ERA DIGITAL DAN PERILAKU KONSUMEN : BAGAIMANA SOCIAL MEDIA MARKETING , PERSONAL BRANDING , DAN KUALITAS PRODUK MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI MUDA INDONESIA DIGITAL ERA AND CONSUMER BEHAVIOR : HOW SOCIAL MEDIA MARKETING , PERSONAL BRANDING , AN. *Jurnal.Balitbangda.Lampungprov.Go.Id/*, 13(1), 1–14.
- Silaen, K., Bachtiar, L. E., Silaen, M., Parhusip, A., Bisnis Dan Komputer Indonesia, I., & Com, K. L. (n.d.). STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK LOKAL DI ERA ONLINE. In *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS* (Vol. 2).
- Tahta Auliya, R. (n.d.). *Analysis of Challenges and Opportunities in Utilizing Digital Technology in Developing MSME Businesses*. Retrieved <https://e-journal.yaalmada.org/index.php/jiebr>
- Tarisa Aulia Ananda, Nabilla Kusuma Dewi, & Mohamad Zein Saleh. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98–107. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i4.2738>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Wardani, N. A., Faiz, N., Vitasari, W., Saputra, Y., Muftianto, T. N., & Manajemen, P. (n.d.). *PENGARUH STRATEGI PERENCANAAN PEMASARAN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF YANG MODERN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI MASA KINI*.
- Yosinta Pangestuti, & Sudrajat, B. (2025). Strategi Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner di Kecamatan Karangpucung. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 2(2), 2793.