

DAFTAR PUSTAKA

- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi UMKM di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, (April). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak COVID-19. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 1–14.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *International Journal of Management*, 8(10), 321–339.
- Creswell, J. w. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah pada era masyarakat ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61–76. Retrieved from <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Girchenko, T., & Ovsianikova, Y. (2016). Digital marketing and its role in the modern business processes. *Współpraca Europejska Nr*, 11(18), 2016.
- Hardilawati, W. laura. (2020). The survival strategy of smes during the COVID-19 pandemic. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Harsono. (2019). *Metode penelitian pendidikan untuk pemula*. Surakarta: Jasmine
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Hidayah, Nurul. (2018). Analisis strategi digital marketing dalam membantu penjualan Living Space dan Efo Store. *Skripsi*. Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

- Kemp, S. (2017). *Top e-commerce sites in Indonesia 2017*. Retrieved February 18, 2017, from <http://wearesocial.com/>: <http://wearesocial.com/blog/2017/02/digital-southeast-asia-2017>
- Lindsey-Mullikin, J., & Borin, N. (2017). Why strategy is key for successful social media sales. *Business Horizons*, 60(4), 473–482. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.03.005>
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2014. *Qualitative data analysis* (terjemahan). Jakarta : UI Press.
- Mileva, L., & Dh, ahmad fauzi. (2018). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian (Survei online pada mahasiswa sarjana jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli starbucks menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Omondi, O. J. (2017). *Impact of digital marketing on sales growth of small and medium enterprises in Nairobi, Kenya* (Universitas of Nairobi). Retrieved from shorturl.at/wzADT
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap k{Bibliography}{Formatting Citation} keputusan pembelian (Studi kasus pada kedai bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, X(2), 145–160.
- Pangestika, Witdya. (2020). Pengertian, kelebihan, jenis, dan strategi digital marketing. <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/> diakses tanggal 20 Agustus 2020.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Qureshi, F. N., & Rehman, A. (2018). Role of digital marketing as a platform for

- promoting consumer productions. *Journal of Business Administration and Management Sciences*, 02(02), 268–283.
- Ramadhana, M. R., Afifah, & Wira, V. (2019). *Identifikasi minat mahasiswa program studi administrasi bisnis politeknik negeri padang dalam berbisnis online*. 11(1), 30–37.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). Tantangan , kendala , dan kesiapan pemasaran. *Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 20–31. Retrieved from <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/filantropi/article/view/2420/824>
- Sari, Anggun Putri. (2019). *Pengaruh online shop terhadap minat usaha pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu*. Diploma Thesis, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Sucipto, and A. 2011. “Studi kelayakan bisnis: Analisis integratif dan studi kasus.”
- Sudaryono. 2016. *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sutama. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Kuantitatif, kualitatif, PTK, mix method, R & D*. Sukoharjo: CV. Jasmin
- Wahyu Permatasari, L., Kantun, S., & Widodo, J. (2018). Motivasi berbisnis online secara reseller pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 59. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.7474>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam romosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- We are social sg. (2017). *ditigal in 2017: southeast asia*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia>

Available

- Yanah, Y., & Sugiyarsih, S. (2018). Utilization of digital marketing to increase sales in small and medium industries in Cirebon Regency , Indonesia. *Conference Proceeding IFSAC*, 147–151.
- Yasmin, A., Tasneen, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An Empirical Study. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran marketplace sebagai alternatif bisnis di era teknologi informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>