

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D., Susila, Y. and Novendra, A.M. 2023. Strategi Bertahan Dan Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 Ukm Kota Bandung Studi Kasus Usaha Kecil Rajut. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*. **14**(1), pp.56–72.
- Arina, R., Sucipto, S. and Ishaq, M. 2022. Pendampingan Pemasaran Produk Berbasis Digital Pada Umkm Busana Muslim Di Kabupaten Gresik. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. **3**(2), pp.511–518.
- Awali, H. 2020. Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. **2**(1), pp.1–14.
- Dwiyanti, D. 2023. Pemanfaatan Platform Media Sosial Facebook Dalam Memasarkan Produk UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*. **5**(1), pp.4287–4292.
- Ghassani, N. and Suyono, S. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Edamame Oleh Konsumen Rumah Tangga Pada Pasar Swalayan In: *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum.*, pp.167–181.
- Handani, M., Nasution, M.I.P. and Sundari, S.S.A. 2023. Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Berbelanja. *JUEB: Jurnal Ekonomi*

dan Bisnis. 2(1), pp.1–9.

Ilyas, R. and Hartono, R. 2023. Digitalisasi UMKM dan pertumbuhan ekonomi.

Kurniawan, F.R., Setyowati, S. and Ihsaniyati, H. 2018. Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Usaha Kedai Susu Mom Milk Untuk Menarik Minat Konsumen. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 13(2), p.167.

Luthfiatussundus, A. and Huda, B. 2023. Sosialisasi E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Kasus: Desa Segaran Batujaya). *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*. 2(1), pp.925–930.

Madrianah, M., Kausar, A., Muchsidin, F.P. and Verawaty, V. 2023. Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM yang Bermitra Gojek dalam Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*. 6(1), pp.34–42.

Permana, R.A.M. 2021. *Pengaruh Review Beauty Influencer Lifni Sanders Terhadap Niat Membeli Produk 'Somethinc' Pada Media Sosial Youtube*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Pinasang, I.G., Tulung, J.E. and Saerang, R.T. 2020. The Analysis Of E-Commerce Retargeting Strategy Toward Student Purchase Intention. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 8(1).

Putri, L.F., Miftah, A.A. and Siregar, E.S. 2021. *Peran Perbankan Syariah dalam Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Bank Syariah*

Indonesia KC Jambi). UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Rismayanti, R. 2017. Integrated Marketing Communications (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. **13**(2), pp.253–266.

Setiawan, B. and Fadillah, A. 2020. Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Manajemen Pemasaran*. **1**(1), pp.29–36.

Susilowati, H., Ratnaningrum, R., Andriana, M., Hargyatni, T. and Sholihah, E. 2022. Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital.

YOGA, I.G.A.P., SASTRI, I.I.D.A.M. and UJIANTI, N.M.P. 2022. Pemberdayaan UMKM Bali Melalui Jejaring E-commerce. *Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. **1**(3), pp.161–167.

BUKU:

Salim and Syarum 2012. *METODOLOGI PENELITIAN: Kualitatif konsep dan aplikasi dalam ilmu sosial, keagamaan dan pendidikan kelima*. (Haidir, ed.). Bandung: Citapustaka Media.

Elvinaro, A. 2011. *METODOLOGI PENELITIAN: untuk Publik Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* Cet. 2. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.