

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Afrilia, A. M. (2018). Digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran “waroenk ora umum” dalam meningkatkan jumlah konsumen. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 147-157.
- Akbar, F. A., Amaliah, I., & Julia, A. (2020). Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Masyarakat Indonesia dalam Belanja Fashion di Marketplace dan E-Commerce. *Prosiding Ilmu Ekonomi*, 93-97.
- Andrian, S. E. (2019). Dampak Digital Marketing dan Ragam Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 14-24.
- Andriati, H. N. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari Cyclop di Jayapura. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat E-ISSN*, 2621, 6817.
- Anggraini, W. (2019). *Pengaruh faktor modal, jam kerja dan lama usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (studi kasus pedagang pasar pagi Perumdam II Sriwijaya Kota Bengkulu)* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131-136.
- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace Shopee. (Studi pada mahasiswa aktif FISIP Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 55-66.

- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212-224.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29-39
- Basri, S., Samin, B., & Beik, I. S. (2018). Metode pengajaran Ekonomi Syariah berdasarkan kandungan Surat al-Baqarah ayat 275-280. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 7(2), 173-193.
- Cahaya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). Memanfaatkan marketplace sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi Covid-19. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 503-510.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Dharma, B., Fadillah, P. I., & Safira, R. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Dan Branding Terhadap Pendapatan Penjualan Pelaku Bisnis UMKM. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 3746-3762.
- Dinar, M., & Supatminingsih, T. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 310-326.
- Djakfar, M (2018). *Etika Bisnis Islam Tataran Teori Dan Praktis*, Malang: UIN Malang Press Anggota IKAPI
- Duli, N. (2019). Metode penelitian kuantitatif. *Deeppublish. Yogyakarta*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Hamdi, A. S. (2014). Metode Penelitian kuantitatif Aplikasi dalam pendidikan. *Deepublish. Yogyakarta*.
- Hedryadi, S. d. (2015). Metode riset kuantitatif. Kencana.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237-246.
- Hendrayadi, H., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Mixed Method Research. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 2402-2410.
- Herosian, M. Y., & Samvara, M. A. (2019). Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Dan Kemudahan Akses Layanan Aplikasi Belanja Online Dalam Peningkatan Daya Beli Masyarakat Kota Medan Di Era Revolusi Industri Marketing 4.0. *Jurnal Akbar Juara*, 4(5), 45-62.
- Hidayah, G. R. (2023). " Pengaruh Digital Marketing, dan Marketplace Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)" (Studi Empiris Pada UMKM Kota Semarang Tahun 2021) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Hidayah, N. (2018). Analisis strategi digital marketing dalam membantu penjualan living space dan efo store.  
<https://survei.apjii.or.id/home>  
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>
- Husna, N. (2022). *Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Dalam Perspektif Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Khairunnisa, D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Produk Souvenir Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam ( Doctoral dissertation , Universitas Alma Ata Yogyakarta).
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi digital marketing dalam perdagangan hasil tani untuk meningkatkan pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70-75.
- Kusnadi, I., Nurlenawati, N., & Yani, D. (2022). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM Saung Tutut Tegalsawah di Kota Karawang. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 306-310.
- Kusniawan Nur, M. F. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan pelaku Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Doktoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Marco, R., & Ningrum, B. T. P. (2017). Analisis sistem informasi e-marketplace pada Usaha kecil menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan. *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*, 18(2), 48-53.
- Maryanto, R. (2017). *Pengantar digital marketing: modul praktikum manajemen pemasaran berbasis IT* (Vol. 1). Rusmanto Self-publishing.
- Melania, P., Rahmaddiansyah, R., & Sofyan, S. (2023). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Tingkat Pendidikan dan Implementasi Digital Marketing Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 8(2).
- Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musvira, M., Natsir, M., & Asizah, N. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Marketplace terhadap Peningkatan Pendapatan pelaku Mikro, kecil, dan Menengah: Pengalaman dari Kota Kendari Sulawesi. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 65-72.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Prasetyo, T. M. D., & Utomo, S. H. (2023). Pengaruh Ekonomi Digital Platform Digital dan Pemasaran Digital Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Go

Online di Kota Kediri. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 23(1), 129-145.

- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing.
- 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.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194-208.
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147-162.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107-112.
- Rendy, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan pelaku Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam ( Studi pada UMKM di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat) (Doktoral dissertation, UIN Raden Intan lampung).
- Roswirman, R., & Elazhari, E. (2022). Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(4), 316–333. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan penelitian kuantitatif Research Approach. Deepublish. Yogyakarta.
- Safira, H. (2023). *Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Pemasaran Syariah (Studi Produk UMKM di Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian . *KBM Indonesia*. Yogyakarta.

- Sari, N. A. (2019). *Pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. Seminar Nasional Pendidikan, 1–9.
- Sianturi, O. O., & Tyas, W. P. (2018). Kajian Kontribusi UMKM Berbasis Rumah Eceng Gondok Melalui Penggunaan Internet terhadap Pendapatan Pelaku Usaha di Kawasan Rawapening. *Jurnal Pengembangan Kota*, 6(2), 118-126.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulistyowati, Y. (2017). Pencatatan Pelaporan Keuangan Umkm (Study Kasus Di Kota Malang). *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 49-55.
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15-24.
- Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarak, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60-72.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43-48.

Yudowati, R., & Handiatmoko, D. (2021). Pengaruh e–marketing dan e-commerce terhadap pendapatan usaha umkm di tengah pandemi covid 19 (studi kasus kecamatan duren sawit) *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 987-1005.

