

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Alfriani, G. R., and E. P. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan*.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Online Dan Marketplace Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm Cn Collection Di Sidoarjo. *Media Mahardhika*, 19(3), 517–522. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.274>
- Anastasya, A. (2023). *No TRetrieved from UMKM Indonesia.ID:Jakarta Selatan. itle.*
- Ayandibu, Ayansola Olatunji, & J. H. (2017). The Role of Small and Medium Scale Enterprise in Local Economic Development (LED). *Banach Journal of Mathematical Analysis*.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.147>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>

- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286–303.
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi 15 G).
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th editi). pearson education.
- Kristi, R. J., & Lilis Ardini. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(6), 1–19.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mariam, S., & Haeba Ramli, A. (2022). Pengenalan Digital Marketing E-Katalog bagi UMKM Binaan Jakpreneur. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74–83. <https://doi.org/10.31334/jks.v5i1.2429>
- Marjukah, A. (2022). Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i1.316>
- Marwanto, A. (2017). *Master Sales*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Quadrant.
- Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., Islamiah, W., & Surabaya, U. N. (2022). *Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik*. 2, 60–72.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*,. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pramudianto. (2015). I’am A Coach: Strategi Mengembangkan Potensi Diri dengan Coaching. In *Andi Offset*. CV. ANDI OFFSET.
- Putri, F. T., Fauziyah, A., & Kanita, G. G. (2023). Pengaruh Pelatihan kewirausahaan dan Mentoring Bisnis Terhadap Perkembangan dan Kemajuan

- UMKM. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 469–479.
- Salwa, A. M., Kewirausahaan, P. S., & Malikussaleh, U. (2024). *Pengaruh Mentoring Dan Dukungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh*. 3(3), 387–399.
- Saputra, F. A., Suwarni, E., & Novian, R. A. (2023). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan Bagi Pelaku Binaan Umkm Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Bandung. *Jurnal D'Bismafiyen*, 1(2), 19–31. <https://jurnal.unipi.ac.id/index.php/DBISMAFIEN/article/view/64>
- Saskia, D. H. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada. Padang. *UIN Padang Ecogen*.
- Shilpyana, F. (2024). *Analisis Peningkatan Mindset Financial Literacy Pada Tenant Inkubator Bisnis Rumah Bumn Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Al-Ishlah Cirebon Cirebon Literacy Pada Tenant Inkubator Bisnis Rumah*.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*.
- Sitepu, S. N. B. (2016). Kolaborasi Dan Inovasi Pada Kegiatan Mentoring Dan Eksekusi Bisnis Untuk Mendorong Keberhasilan Start-Up Bisnis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Swastha, B. dan I. (2008). .Manajemen Pemasaran ModernEdisi kedua. *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.