

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R. C., & Kothari, N. S. (2023). *Fundamentals Of Marketing For B. Com. Sem.-4 (According To NEP-2020)*. SBPD Publishing House.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 4(4), 263–268.
- Al-Hamdi, R., & Atmojo, M. E. (2021). Penguatan Kualitas Kader Muhammadiyah Di Tingkat Cabang. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Alimuddin, M., Wiyanto, M. A., & Achmad, H. Z. V. Y. (2024). STRATEGI MEMBANGUN PRODUCT BRANDING MELALUI *DIGITAL MARKETING*. *Journal Of Career Development*, 2(2).
- Andi Amra Arsiadi. (2019). *PENGARUH HARGA DAN BIAYA TERHADAP PENDAPATAN PETANI UBI JALAR KECAMATAN RUMBIA KABUPATEN JENEPONTO*. 3, 681–688.
- Anggraini, N., Yolandika, C., Utoyo, B., & Irawati, L. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Lada Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agrisep*, 23(1), 43–51.
- Arvind Mallik, D. M., Mallick, S. K., & Gangadharappa, K. (2021). Influencing Generation Z And Alpha Consumer Experience In The Transition From Traditional To *Digital Marketing 4.0*. *Turkish Online Journal Of Qualitative Inquiry*, 12(6).
- Astutik, I. D., Suyanto, U. Y., Purwanti, I., & Yaumi, S. (2022). Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee: Analisis Harga Dan Kualitas Produk Dimoderasi Kepercayaan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2169–2184.

- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *PUBLIK REFORM: JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, 8(1), 29–38.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Uk.
- Chaffey, D. R., Bere, T., Davies, T. E., Apperley, D. C., Taylor, S. H., & Graham, A. E. (2021). Conversion Of Levulinic Acid To Levulinate Ester Biofuels By Heterogeneous Catalysts In The Presence Of Acetals And Ketals. *Applied Catalysis B: Environmental*, 293, 120219.
- Chernev, A. (2020). *The Marketing Plan Handbook*. Cerebellum Press.
- Dewi, L. S., & Setiawan, W. B. (2023). PENGEMBANGAN DAN PELATIHAN SUMBER DAYA MANUSIA DI ERA *DIGITAL MARKETING* MENUJU 5.0 DENGAN MEMANFAATKAN PLATFORM MEDIA SOSIAL PADA UMKM DI DESA SUKASUKUR KECAMATAN CISAYONG. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 36–44. <https://doi.org/10.58290/Jupemas.V2i4.190>
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1).
- Dr. Layaman, S. E. , M. Si. (2022). *Statistika* : 2022.
- Ernantika. (T.T.). *Analisis Hadits Tentang Intervensi Harga*. <https://ejournal.stainumadiun.ac.id/index.php/opinia/>
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital Di Desa Wisata Rinding Allo. *Jurnal IPMAS*, 3(3), 165–173.

- Gonibala, N., Masinambow, V. A. J., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01).
- Hamzah, M. W., Mulyana, A., & Faisal, Y. A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Affiliate Marketing Dan Peningkatan Pendapatan Afiliator. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3241–3257.
- Hartini, S., & Fasa, M. I. (2022). *Digital Marketing* Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), 197–206.
- Hidayah, G. R. (2023). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA, MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM)*. 31401900068.
- Indri, F. Z., & Putra, G. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 236–252.
- Iqbal, I. (2012). Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Uang, Harga Dan Pasar. *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak*, 2(1).
- Isawati, I., Wicaksono, E. A., Hertanto, A. P., Widyastuti, A. N., Kusumawatie, G. F., Juniarti, I. R., Avivi, J. A., Agustina, J. M., Sumayyah, N., & Ernamasari, N. D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Kuantitas Dan Kualitas Produk Minyak Angin Aroma Terapi Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Sewu. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 283–289.
- Janna, N. M. (2020). *Variabel Dan Skala Pengukuran Statistik*.

- Keller, K. L. (2023). Looking Forward, Looking Back: Developing A Narrative Of The Past, Present And Future Of A Brand. *Journal Of Brand Management*, 30(1), 1–8.
- Kependudukan, B., & Nasional, K. B. (2023). Bab 4 Kerangka Berpikir Dan Kerangka Konsep. *Metodologi Penelitian Kesehatan*, 80.
- Linda. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN WANITA BEKERJA SEBAGAI BURUH DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- MALIO SGALO. (2023). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) YANG BERMITRA DENGAN GRABFOOD DI KOTA JAMBI*. UNIVERSITAS JAMBI.
- Matulessy, E. R., & Tambunan, A. U. (2023). Analisis Regresi PLS Sebagai Alternatif Dari Regresi Linear Berganda: Studi Kasus Pengaruh Luas Lahan Dan Luas Panen Terhadap Produksi Padi Di Kabupaten Manokwari. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 3358–3361.
- Muhibbusaabry, M., Kongoasa, A. M. Y., Novita, D. R., Sukma, E. M., Harahap, F. R., Fahreza, M. D., & Fitriah, N. (2024). Melek Digital: Membuka Peluang Baru Bagi Umkm Desa Sei Balai Melalui Seminar Pelatihan Bisnis Digital (E-Commerce). *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 540–546.
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Penetapan Harga*.
- Nemati, M., & Dinar, A. (2023). Teaching Principles Of Water Economics To Non-Economists: Lessons From California. *Applied Economics Teaching Resources (AETR)*, 5(3), 1–14.
- Patel, N., & Gooneratne, N. (2019). Marketing In An Academic Institution. *Academic Entrepreneurship For Medical And Health Sciences*.

- Prastiwi, I. W., Amalia, D., & Khairani, S. (2025). Teori-Teori Pertumbuhan Dan Pembangunan Ekonomi. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 297–305.
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 202–208.
- Putri, L. T., Setiawan, A., Putri, D. L., & Salis, M. (2023). *Marketing Management*.
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504–514.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan Dan Minuman Di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(1), 188–198. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V2i1.45>
- Rahmanda, E., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Modal Pribadi, Harga Dan Sosial Media Terhadap Pendapatan UMKM. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(10).
- Ricardo, D. (2023). *Principios De Economía Política Y Tributación*.
- Rifai, Z., & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609.

- Romer, P. (2019). A Tax That Could Fix Big Tech. *International New York Times*, NA-NA.
- Sanin, S. B. F., & Winarti, O. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Media Sosial Tiktok PT Otak Kanan Untuk Membangun Brand Awareness. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 74–83.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023a). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023b). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Setiawati, E., & Suryono, C. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Membeli Jenis Produk Cenderamata Dan Makanan Khas Kota Cirebon. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 229–240.
- Sheilliarika, W. A., Maryani, S., & Efendi, H. (2021). Pengaruh Membatasi Mobilitas Kereta Api Guna Mencegah Covid-19 Dengan Uji-T Berpasangan (Paired Sample T-Test). *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika (JMP)*, 12(2), 43–48.
- Siahaan, A. M., Siahaan, R., & Siahaan, Y. E. (2020). Faktor Pendukung Dan Penghambat Kinerja UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Stindo Profesional*, 6(6), 143–156.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Sitompul, P. (2022). Digitalisasi Marketing UMKM. *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi*, 1.

- Streblow, D. N., Hirsch, A. J., Stanton, J. J., Lewis, A. D., Colgin, L., Hessel, A. J., Kreklywich, C. N., Smith, J. L., Sutton, W. F., & Chauvin, D. (2023). Aerosol Delivery Of SARS-Cov-2 Human Monoclonal Antibodies In Macaques Limits Viral Replication And Lung Pathology. *Nature Communications*, 14(1), 7062.
- Suprayogi, B., & Razak, A. (2019). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pamokolan Ciamis. *Produktif: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, 3(2), 254–261.
- Swarjana, I. K., & Skm, M. P. H. (2022). *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Penerbit Andi.
- Wibowo, T. A., & Setiawan, A. (2024). Cultural Heritage Of Culinary Specialties Of Cirebon, West Java (Literature Review). *Jurnal Toursci*, 1(6), 221–230.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Yuvira, I. A., Siregar, M. Y., & Sabrina, H. (2021). Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu Di Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 2(1), 81–85.
- Yuwono, T., Triwibowo, R. N., Tajudin, T., & Sefiani, H. N. (2024). *Digital Marketing UMKM*. UNAIC Press Cilacap.
- Zahrotun Ni"Mah. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Tingkat Pendapatan Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Desa Kedungsari)* (Doctoral Dissertation, IAIN KUDUS). IAIN Kudus.
- Zulham, Z. S., Andysah, A. P. U. S., Ibrahim, I., Bambang, B. S., Ayu, A. O. S., & Anzas, A. I. Z. (2024). Strategi *Digital Marketing* Dengan Metode SEO

(Search Engine Optimization) Untuk UMKM Di Desa Klambir 5 Kebun.
Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG), 4(1), 16–19.

