

DAFTAR PUSTAKA

Buku/E-Book

- A.M, Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ardiansyah et al. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- A, Shimp, Terence. (2010). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Chaffey, Dave. (2015). *Digital Business and E-commerce Management, Strategy, ImpleMention, and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Chaffey, Chadwick. (2019). *Digital marketing: Strategy, Implementation, and Practice (Seventh Edition)*. England: New York Pearson.
- Creswell, & J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, & J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Herlanti, Y. (2014). *Pemanfaatan Media Sosial pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sains*. Bandung: UPI.
- Kaplan, & H. M. (2010). *User of The World, United! The Challenge and*

- Opportunities of Social Media.*
Prancis; Business Horizons.
- Kjell, H. L. (2014). *The Instagram Handbook. PrimeHead Limited.*
Unitide Kingdom.
- Kotler P. Amstong G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1.*
Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler P. Amstong G. (2006). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi kesebelas.*
Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.*
Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lasmadiarta, M. (2011). *Extreme facebook Marketing for Giant Profits.*
Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Miles, Huberman. (2014). *Analisis Data Kualitatif*
Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- M, Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat media Sosial Dalam Meraup Uang.*
Yogyakarta: Kobis.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi.*
Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi 7.*
Jakarta: Indeks.
- Sanjaya R, Tarigan J. (2012). *Creative Digital marketing.*
Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Stockdale, A. H. (2012). *Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An Sme Perspective. Pasific Asia Conference on Information Systems.*

Association for Information System Electronic Library.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*.

Bandung: CV Alfabeta.

Jurnal :

Alberta H. dkk. (2021). “Penerapan *Digital marketing* Sebagai Strategi Pemasaran UMKM” Jurnal *Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*. Vol.2 No. 2 Juni 2023

Aljawi, AY & Muklason A. (2011). “Jejaring Sosial dan Dampak Bagi Penggunaanya (Versi Elektronik)” Vol 1, No. 1, 2011

Amzi D, Pratiwi T. (2021). “Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui penerapan *Digital marketing* (Studi kasus pada kelompok usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang).” Vol. XII No. 1, Maret 2021

Coviello, N., Milley, R. and Marcolin, B. (2001). “Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing”. Journal of *Interactive marketing*, Vol.15, No. 4, 2001.

Gunawan C.L.A, dkk. (2023). “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu melalui *Digital marketing* Institut Sains dan Teknologi Surabaya” Jurnal *Translitera* Vol. 12, No. 2, September 2023.

Hidayah L. (2022). “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu CV. Macarindo Berkah Grup Kabupaten Jember” Vol. 16, No. 1, 2022.

Kurnia R. . (2022). “Komunikasi Pemasaran Terpadu Media Siber Lokal di Era *Digital*: Studi Kasus Wowbabel.com” Vol. 6, No. 2, Desember 2022.

Website:

<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta>

[orang#:~:text=APJII%20Jumlah%20Pengguna%20Internet%20Indonesia%20Tembus%20221%20Juta%20Orang](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta) diakses pada tanggal 08 Februari 2024)

<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta>

[orang#:~:text=APJII%20Jumlah%20Pengguna%20Internet%20Indonesia%20Tembus%20221%20Juta%20Orang](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta) diakses pada tanggal 08 Februari 2024)

<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/> diakses pada tanggal 08 Februari 2023)

<https://jabar.bps.go.id/indicator/6/751/1/jumlah-tenaga-kerja-pada-usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html> di akses pada tanggal 07 Juli 2024