

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Angipora. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anoraga, P. (2010). *Ekonomi Islam dan Kajian Makro dan Mikro*. Yogyakarta: PT.Dwi candra Wacana.
- Bekti, B. H. (2015). *Mahir membuat website dengan adobe dreamweaver CS6, CSS dan JQuery*. Yogyakarta: ANDI.
- Chaffey, Chadwick, Mayer, & Johnston. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Prentice Hall.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik, Alih Bahasa Alexander Sindoro*. Jakarta: Prehallindo.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen “ Analisa perilaku konsumen “. Edisi pertama cetakan ketiga*. BPFYogyakarta: Yogyakarta.
- Hamdani. (2020). *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliasari, I. (2019). *MUDAH MEMAHAMI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. Sidoarjo: uwais inspirasi indonesia.
- Herdiansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Huberman, A., & Miles, M. B. (2014). *Analisis data Kualitatif Terj. Tjejep Rohidi*. Jakarta: UI Press.

- Kerlinger. (1973). *Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran: Edisi Millenium*. Jakarta: Salemba.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrini. (2007). *Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: ANDI.
- Manullang. (2021). *Manajemen Pemasaran : dalam kompetisi global*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Moleong. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bnadung: Remaja Rosdakarya.
- Munthafa, A. E., & Mubarak, H. (2017). Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi. *Jurnal Siliwangi Vol.3, No.2*.
- Nurrohman, T. (2019). *Implementasi E-marketing Komunitas #Ayokedamraman sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Opiida. (2014). *Pengertian E-marketplace*. Diambil Kembali dari <https://tokohalista.wordpress.com>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmana, A. (2011). *Usaha Kecil dan Menengah (UKM), informasi terdepan tentang usaha kecil menengah*.
- Rangkuti, F. (2006). *Bussines Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant Marketing For Busy People*. Jakarta: Erlangga.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Edisi 21*.

Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja

Rosdakarya. Swastha, B. (2000). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*.

Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tambunan, T. (2009). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tambunan, T. (2012). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia. *UU No. 20 Tahun 2008*. Jakarta: Pemerintah Pusat.

