**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku :**

Adomoko, S., Danso, A., Dan Damoah, J.O. 2016. *The Moderating Influence Of Financial Literacy On The Relationship Between Access To Finance And Firm Growth In Ghana*. Venture Capital, 18(1). 43-61.

Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

A.M, Morrisan.2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Penerbit Kencana.

Arikunto, Suharsimi. 2012. Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Audretsch, D., Van Der Horst, R., Kwaak, T., Dan Thurik, R. 2009. *First Sectionof The Annual Report On Eu Small And Medium-Sized Enterprise. Eim Business & Policy Research.*

Chaffey, Dave. 2002. *E-Business And E-Commerce Management Strategy. Implementation And Practice*. *Fourth Edition*. Prentice Hall.

Eun Young Kim, Y.-K.K. 2002. *Predicting Online Purchase Intentions For Clothing Products*. 883-897.

Heidrick And Struggles. 2009. *The Adoption Ofdigital Marketing In Financial. Services Under Crisis*. Kotler Dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi13.

Kannan, P.K, & Hongshuang, L. 2016. *Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda.* International Journal Of Research In Marketing.

Martono, Nanang. 2015. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Rajawali Pers.

Priyanto, Duwi. 2011. Buku Saku Analisis Statistic Data SPSS. Yogyakarta: Mediakom.

Rijanto, E. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) Dan Bank Indonesia.

Saiman, Leonardus. 2014. Kewirausahaan: Teori, Praktik dan Kasus-Kasus. Jakarta: Salemba Empat. Edisi 2.

Sanjaya, Ridwan Dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sawicky David S & Patton Carl V. 2016. *Basic Methods Of Policy Analysis And Planning.* Third Edition. London: Prentice.

Satyosari, Punaji. 2012. Metode Penelitian Pendidikan Dan Pengembangan. Jakarta: Kencana.

Shimp, Terence A. 2010. *Advertishing Promotion And Other Aspects Of Interated Marketing Communication 8th Edition*. Canada: Nelson Education, Ltd.

Situmorang, Syafrizal Helmi. 2016. *Digital Business*. Medan: USU Press.

Stockdale, Ahmed, & Scheepers. 2012. *Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An Sme Perspective. Pacific Asia Conference On Information Systems*. Association For Information System Electronic Library.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2014. Metodologi Penelitian: Lengkap Praktis Dan Mudah Dipahami*.*Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Sukmadinata, Nan Syaodih. 2015. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Supriadi.2016. Statistik Inferensial. Serang: UPI PRESS.

Tim Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. 2021. Buku Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMN Al Washliyah*.* Medan: FE

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM).

**Jurnal :**

Agustina Yanti, Vera, Dkk. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Bandung Dan Bogor. Jurnal: Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor.

Febrianti, R. Adjeng Mariana. 2018. *Transformation Of Digital Marketing In The 4.0 Industry Revolution: A Study On BATIK MSMEs. International Journal Of Engineering & Technology vol* 7(4.34) pp.1-6.

Hendrawan, Andi, Dkk. 2019. Pengaruh *Marketing Digital* Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap. Jurnal: Program Doctor Ilmu Manajemen Unsoed. Akademi Maritim Nusantara.

Kawira, Kimathi Doreen, dkk. 2019. *Effect of digital marketing on the performance of MSMEs In Kenya*. *Journal of marketing & communication vol 2(1) pp.1-23.*

Kusumawardhani, Ratih, dkk. 2020. Pelatihan Pemasaran *Digital* Dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja UKM Pengrajin Bambu Di Desa Tirtoadi, Mlati Sleman. Jurnal: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Yogyakarta. Indonesia.

Laksana, Daniel Dan Dharmayanti, Diah. 2018. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Organizational Performance Dengan Intellectual Capital* Dan  *Perceived Quality* Sebagai Variabel *Intervening* Pada *Industry* Hotel Bintang Empat Dijawa Timur. Jurnal: Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra.

Purwana, Dedi, dkk. 2017. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Universitas Negeri Jakarta.

Resalawati, Ade. 2011. Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sulaksono, Juli dan Zaakaria, Nizar. 2020. Peran Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Desa Telas Kabupaten Kediri. Jurnal: Ilmu Teknik. Universitas Udayana Bali.

Supriadi, C. 2016, November 16. *Retrieved February* 18, 2017, *from* [*http://www.marketing.co.id:http://www.marketing.co.id/dukung-wirausaha*](http://www.marketing.co.id:http://www.marketing.co.id/dukung-wirausaha) *-wanita-lewat-aplikasi-dbs-businessclass/.*

Supriadi, C. 2016, October 21). Retrieved February 18, 2017, from [*http://www.marketing.co.id/:http://www.marketing.co.id/menkop-puspayo*](http://www.marketing.co.id/:http://www.marketing.co.id/menkop-puspayo) *ga-ukm-harus-manfaatkan-internet/.*

Whardana, A. 2015. Strategi *Digital Marketing* Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia.

[*Www.bps.go.id*](http://Www.bps.go.id) diakses pada tanggal 08/06/2021 pukul 23:53 wib