

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ahmad Syafi’I (2005). *Manajemen Masyarakat Islam*, Bandung : Gerbang Masyarakat Baru
- Aaronson, S. (2018). *Labor Market Reallocation and U.S. Unemployment Dynamics*. *International Economic Review*, 59(2), 633–655
- Adya Utami (2022). *Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, 19(1), 2.
- A, faradilla. "Apa Itu Digital Marketing? Definisi, Manfaat, dan Strateginya." *hostinger tutorial*, 2022.
- Barnett, D. (2015). *Effectiveness of emotional intelligence training: An investigation*. *International Journal of Training and Development*, 19(2), 133-144.
- Barus. (2016). Peran internet dalam saluran Distribusi UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 12.
- Chafey, *Dave et al.* 2000 *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practic*. England: Pearson Education Limited Dave Chaffey. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy*. Journal of Implementation, and Practice. hlm. 12-13
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Danim, Sudarwan (2004). *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). *Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital marketing*. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–18.
- Febriyantoro, Trio, dan Arisandi, Debby, “Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada 64 Era Masyarakat Ekonomi Asean”, *Jurnal Manajemen Dewantara* 1, no. 2 (2018)
- Guo, J., & Peetz, D. (2014). *The Impact of Labour Market Regulation on Long-Term Unemployment in Australia*. *International Journal of Social Economics*, 41(1), 93–104.
- Habsari, T. N., Sahabuddin, Z. A., & Sundari, S. (2022). The Effectiveness of the Pre-Employment Card Program as Unemployment Benefits due to the

Covid-19 Pandemic in Indonesia. *International Journal of Social Science And Human Research*, 05(01), 226–232.

Handika, M. R., Agus F. M., dan Gede S. D. 2018. “Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 192.

Hendarsyah, D. (2020) Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan Iqtishaduna : *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 9(1), 25-27.

Ichsana, Year. (2019). *Penerapan Etika Pemasaran Islam Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)*. Schemata Journal. 8 (2).

Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran pada UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.

Mahri, A. A. W., Cupian, Al Arif, M. N. R., Arundina, T., Widiastuti, T., Mubarak, F., Fajri, M., Azizon, & Nurasyiah, A. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam* (1st ed.). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.

Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1)

Morissan, A. . (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group

Nadya. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*.

Nurul Hidayah,(2018), Skripsi: “*Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store*” Yogyakarta: UII, hal.28.

Prasad, P. (2020). *An Analysis of Unemployment: Issues, Causes and Policies*. Academic Press.

Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.

Perdamaian, P., dkk. (2020). *Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia*. *Jurnal Riset Akutansi dan Keuangan*

- Priambada, Swasta. 2015. "Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah ". *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Purwana, D., Rahmi (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani, 1-17
- Ratliff, J. D., & Rubinfeld, D. L. (2010). *Online Marketing: Defining Relevant Markets*. *Journal of Competition Law and Economics*, 15.
- Rivai, veithzal, & Buchari, A. (2009). *Islamic Economics*.
- Rizal, Veby Zilfania, "Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@Bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merk", *Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2019)
- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134.
- Saifuddin, M. 2013. "Pengaruh Jenis Endorser dan Brand Name terhadap Sikap Atas Iklan, Sikap Atas Merk dan Niat Pembelian pada Produk High dan Low Involvement." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA)*, 23(3), 279-29.
- Setiawati, Ira dan Penta Widyartati. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM". *Jurnal BIMA*. Pascasarjana (S2) STIE Dharmaputra Semarang: 1 (1), 344
- Stevenson, M. (2013). *Effective leadership strategies for managing organizational change*. London: Routledge.
- Steers, Richard M. (1980). *Efektivitas Organisasi*. Jakarta : Erlangga.
- Steers, Richard M. (1985). *Efektivitas Organisasi Cet Ke-2*. Jakarta : Erlangga.
- Sholihin, Muhammad Rijalus, Arianto, Wahyu, Khasanah, Dina Fitri, "keunggulan sosial media dalam perkembangan ekonomi kreatif Era Digital DI Indonesia", *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital* 1, no. 1 (2018)
- Sukma, A., Hermina, N., & Novan, D. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Produk UMKM Binaan Kadin Jabar pada Situasi Covid-19. *Manners*, 2, 91–102
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husien. 2001. *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia  
Pustaka Utama.

