

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, Ascharisa Mettastya. "Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran 'Waroeng Ora Umum' Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen." *Jurkom* 1, no. 1 (2018): 156.
- Ahmad. "Pengertian Struktur Organisasi: Fungsi, Jenis, Dan Contoh," 2018.
- Ananda, Marino, Dwi Martha Marwatul Wardah, Rusmiatul Ulya, and Venia Ranita Sari. "Fenomena Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer Dalam Era Belanja Daring." *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora* 4, no. 1 (2020): 55–62. <https://doi.org/10.30595/jssh.v4i1.4415>.
- Anggraeni, Feni Dwi, Imam Hardjanto, and Ainul Hayat. "Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal." *Jurnal Administrasi Publik* 1, no. 6 (2022): 1286–95. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>.
- Ayodya, Wulan. *UMKM 4.0*. Jakarta: PT Alex media Komputindo, 2020.
- Brown, Lisa. "Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Digital." *International Journal of Social Media Marketing*, 2023.
- Chaffey, Dave. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategi, Implementation and Practice*. England: Pearson Education Limited, 2014.
- Curatman, Aang. *Teori Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Swagati Press, 2010.
- Fadhli, Ashabul. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Akad As-Salam Dalam Transaksi E-Commerce." *Jurnal Pemikiran Hukum Islam* 15, no. 1 (2016): 1–19. <https://doi.org/10.21093/mj.v15i1.589>.
- Faulidi, Haris. *Transaksi Bisnis Ecommerce*. Edited by MagistraInsani. Yogyakarta, 2004.
- Febriyantoro, Mohamad Trio, and Debby Arisandi. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean." *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara* 1, no. 2 (2018): 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>.
- Fhadilah, Ilham, and Retno Setyorini. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Volume Penjualan Shopee Food Pada Produk UMKM Di Kota Bandung." *Jurnal E-Proceeding of Management* 10, no. 1 (2023): 105–14.

- Gustina, Leni, Welia Novita, and Yohan Triadi. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 4, no. 1 (2022): 152–61. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>.
- Hadi, Syamsul. "Pendapatan UMKM Di Kudus Mulai Meningkatkan." *Joglo Jateng*, 2022. <https://joglojateng.com/2022/01/10/pendapatan-umkm-di-kudus-mulai-meningkat/>.
- . "Terus Bertambah, Jumlah UMKM Kudus Kini Mencapai 27 Ribu." *Joglo Jateng*, 2023. <https://joglojateng.com/2023/01/24/terus-bertambah-jumlah-umkm-kudus-kini-mencapai-27-ribu/>.
- Halim, Abdul. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2020): 157–72. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>.
- Herman. "Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Kios Di Pasar Tradisional Tarowang Kabupaten Jenepono." *Jurnal Penelitian Ekonomi* 1, no. 1 (2020): 1–10.
- Indonesia, Departemen Pendidikan Nasional Republik. *KBBI Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2010.
- Junaedi, Dedi, and Faisal Salistia. "Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak." *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2020.
- Kadek, Ni Utami Yuni, and Ni Wahyuni Sri Made. "Kajian Usability E-Marketplace Bluprin Sebagai Direktori Bidang Arsitektur Dan Desain Interior Dalam Dunia Digital." *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)* 2 (2019): 589–97.
- Kozinets, Robert V., Kristine De Valck, Andrea C. Wojnicki, and Sarah J.S. Wilner. "Networked Narratives: Understanding Word-of-Mouth Marketing in Online Communities." *Journal of Marketing* 74, no. 2 (2010): 71–89. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.71>.
- Laksana, Daniel, and Diah Dharmayanti. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Interveni." Dharmayanti, L. &. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational

- Performance Dengan Intellectual Capita.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12, no. 1 (2018): 10–24.  
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10>.
- Laudon, and Traver. *E-Commerce: Business, Technology*. Prentice Hall Higher Education, 2009.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2011.
- Maryanto, Rusmanto. *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*. Jakarta: Self-publishing, 2017.
- Moriansyah, L. “Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences.” *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19, no. 3 (2015): 187–96.
- Muhyidin, Nurlina T, and Dkk. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Mulyansyah, Gumilar Tintan, and Raya Sulistyowati. “Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Kawasan G-Walk Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 9, no. 1 (2021): 1097–1103.  
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.
- Munawir, S. *Analisis Laporan Keuangan*. Edited by Liberty. Yogyakarta, 2002.
- Nawawi, Hadari, and Mimi Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005.
- Neolaka, Amos. *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Ningsih, Gigih Wajyu. “Kudus Terkaya Di Jawa Tengah, Semarang Nomor Berapa? Ini 5 Daerah Dengan PDRB Per Kapita Tertinggi Jateng.” *Jatim Network*, 2022.  
<https://www.jatimnetwork.com/ragam/pr-436465077/kudus-terkaya-di-jawa-tengah-semarang-nomor-berapa-ini-5-daerah-dengan-pdrb-per-kapita-tertinggi-jateng>.
- Oktora, Rizqy, Adriyani Syakilah, Adam Luthfi Kusumatrisna, Evan Fernando, Atika Nashirah Hasyiyati, Citra Vera Wulandari, Rima

- Untari, and Tri Sutarsih. *Statistik E-Commerce 2022*, 2022.
- Pradiani, Theresia. “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 11, no. 2 (2017): 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>.
- Prasetyo, Budi, and Egys Fazarriyawan. “Analisa Faktor-Faktor E-Commerce Dalam Membentuk Costumer Satisfaction Millennial Bukalapak.” *Riset & Akuntansi* 4, no. 1 (2020): 331–321.
- Prasetyo, Andi, and Dkk. *Konsep Dasar E-Commerce*. Medan: Kita Menulis, 2021.
- Prasetyo, Donny, Dofa Purnomo, Zainal Arifin, Eko Jatmiko Utomo, Rosmita Rustam, Amelia Naim Indrajaya, and Havidh Nazif. *Disruptive Innovation*. Edited by Zainal Arifin and Amelia Naim. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Priyanta, Surya Eka. *Analisis Statistik Social Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Purnamasari, Esti, and Ismunandar. “The Influence Of Social Media On Interest To Buy Online (Case Study of STIE Bima Students).” *Jurnal Ekonomi Balance* 16, no. 1 (2020): 42–51.
- Purwana, Dedi, Rahmi, and Shandy Aditya. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 1, no. 1 (2017): 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>.
- Ramida, Mustari, Muhammad Dinar, Tuti Supatminingsih, and Nurdiana. “Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar.” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 3, no. 1 (2022): 310–26.
- Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi Dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika, 2004.
- Rianty, Martha, and Pipit Fitri Rahayu. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 16, no. 2 (2021): 153–67. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.159>.

- Rintho. *E-Commerce, Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Sleman: Deepublish, 2018.
- Romindo, and Dkk. *E-Commerce: Implementasi, Strategi, Dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Runtu, D.Y.N. “Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online).” *Jurnal Mitra Manajemen* 2, no. 3 (2018): 273–185.
- Sanjaya, Ridwan, and Josua Tarigan. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media, 2009.
- Saputro, Hendra W. “Digital Marketing Tren 2022 Di Indonesia.” BOC, 2022. <https://www.boc.web.id/digital-marketing-trend-2022-di-indonesia/>.
- Siregar, Sofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Statistik, Badan Pusat. “Hasil Sensus PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Di Kabupaten Kudus.” Badan Pusat Statistik, n.d.
- Suci, Putu, and Al. Et. *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Sugita, Ika, Muhammad Qodri, Zamrud Falaq Qodri, Qandyas, Maulana Sukresna, and Muhammad Firza Tulloh. “Pemantapan Strategi Pemasaran UMKM Kepada Masyarakat Dalam Persaingan Digital Marketing Di Kelurahan Cipondoh Makmur.” *Jurnal Dibrata* 2, no. 1 (2021): 81–90.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV, 2017.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2003.
- Sujarweni, V. Wiratma. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015.
- Syahrum, Salim, and Rusydi Ananda. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2012.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius. *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing Edisi 3*. Yogyakarta:

- Penerbit ANDI, 2017.
- Tuasikal, Muhammad Abduh. "Nojangan Jadi Pengemis." *Nasihat Sahabat*, 2022. <https://nasihatsahabat.com/jangan-jadi-pengemis/>.
- Wahdino, Sastro. *No Ekonomi Makro Dan Mikro Islam*. Jakarta: PT Dwi Chandra Wacan, 2001.
- Wandra, Rendy. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku (UMKM) Menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Di Kecamatan Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat)." *UIN Raden Intan Lampung*, 2022.
- Wati, Andi Prasetyo, and Dkk. *Digital Marketing*. Semarang: Edulitera, 2020.
- Waziana, Winia, Ricco Herdiyan Saputra, Noca Yolanda Sari, Kasmi Kasmi, and Desta Aulia. "Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2022): 107–12. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>.
- Wicaksono, Baghas Budi. "Pengaruh Pemasaran Digital Dan Variasi Produk Terhadap Perkembangan UMKM Di Masa Pandemi COVID-19 (Survey Terhadap Pelaku UMKM Di Provinsi Banten)." *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera* 8, no. 1 (2022): 1–9. <https://doi.org/10.30656/sm.v8i1.4964>.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia, 2015.
- Zainul, Norazlina, Fauziah Osman, and Siti Hartini Mazlan. "E-Commerce from an Islamic Perspective." *Electronic Commerce Research and Applications* 3, no. 3 (2004): 280–93. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2004.01.002>.
- Zaki, Khozin. *Manajemen Syariah Viral Marketing*. Purwokerto: CV Amerta Media, 2020.