



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BIBLIOGRAPHY

- Anggoro, D. (2020). Implementasi Digital Marketing pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 384–391.
- Antoro, T. (2020). *Sebanyak 9.4 Juta UMKM Beralih ke Digital*. InfoPublik. <http://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/478631/sebanyak-9-4-juta-umkm-beralih-ke-digital>
- Ardyanto, F. (2020). *Jenis-jenis Metode Penelitian Yang Umum Digunakan dalam Karya Tulis Ilmiah*. Liputan6. <https://hot.liputan6.com/read/4429843/18-jenis-jenis-metode-penelitian-yang-umum-digunakan-dalam-karya-tulis-ilmiah>
- Center, K. I. (2020). *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://katadata.co.id/> <https://katadata.co.id/umkm>
- Chaffey, D. dan F. E. (2018). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Go Social. (2020). *Social Media Engagement*. <https://gosocial.co.id/> <https://gosocial.co.id/service/social-media-engagement>
- Kanzunudin, M. (2009). KONSEP PENJUALAN VERSUS KONSEP PEMASARAN. *Fokus Ekonomi Vol.4 No.2, 4*, 1–8.
- Kotler, P., Herman K., I. S. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital 6th Edition* (6th ed.). Wiley.
- Kurniawan, B. (2021). *Omni Channel Adalah: Pengertian, Cara Kerja, Manfaat Dan Strategi*. Komerce.Id. <https://komerce.id/blog/omni-channel-adalah/>
- Priyatna, C. C. (2020). DIGITAL MARKETING UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (Studi Kasus Pada Coffeestrip Bandung). *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat Vol.9, No.4, 9*, 283–288.

Setiawan, W. (2020). PENERAPAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN INSTAGRAM PADA TOKO INDORAYA FURNITURE. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology Volume 1 Nomor 1, 1*, 401–408.

Susilo, D., Putranto, T. D., & Navarro, C. J. S. (2021). MS Glow For Men: Digital Marketing Strategy on Men's Facial Care Products. *SINERGI Vol.11, No.1, 11*, 28–35.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA