

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 7th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

Helianthusonfri, J. (2021). *Instagram Marketing untuk Pemula*. Cetakan kedua. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.

Mustanir, M. (2018). *Manajemen Strategi: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rowles, D. (2024). *Digital Branding: A Complete Step-by-Step Guide to Strategy, Tactics and Measurement*. London: Kogan Page Publishers.

Suarsa, S. H., Judijanto, L., Kushariyadi, & Sepriano. (2025). *Pemasaran Digital: Teori dan Praktik Pemasaran Digital UMKM di Indonesia*. Sonpedia Publishing Indonesia.

Vaynerchuk, G. (2018). *Crushing It!: How Great Entrepreneurs Build Their Business and Influence and How You Can Too*. New York: HarperBusiness.

Jurnal

Helianthusonfri, J. (2024). Strategi pemasaran digital yang efektif untuk platform e-commerce. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 3(2), 70-75. <https://doi.org/10.30630/jabei.v3i2.257>

Jackson, D. (2018). Employability skill development in work-integrated learning: Barriers and best practice. *Studies in Higher Education*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/03075079.2013.842221>

Khairunisa, A. N., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 184-196.

Lashwaty, N. D., & Widiati, I. S. (2023). Analisis penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran di kalangan wirausahawan muda. *Jurnal Pamator*, 15(2), 35-48. <https://doi.org/10.21107/pamator.v15i2.14106>

Moriansyah, L. (2017). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 18(1), 187-204.

Mustanir, A. (2018). Peran mahasiswa dalam pengembangan kompetensi profesional melalui program magang. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*.

Nurlia, & Riofit, H. (2024). Strategi pemasaran produk UMKM di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Masyarakat*, 8(5), 640-651.

Octoviani, A., Puspita, A. S., Fatoni, A., & Maharani, S. F. (2023). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di area Cibubur Bulak Sereh. *Jurnal Pengabdian Teratai*, 4(2), 236-242. <https://doi.org/10.55122/teratai.v4i2.1077>

Santoso, L. R., & Japariato, E. (2015). Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan koran Kompas di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 3(1), 1-11.

Sujayana, A. A., Manurung, R., & Priyogatama, R. (2023). Komunikasi pemasaran pada e-commerce Tokopedia. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(1), 456-460.

Trede, F., Macklin, R., & Bridges, D. (2012). Professional identity development: A review of the higher education literature. *Studies in Higher Education*, 37(3), 365-384. <https://doi.org/10.1080/03075079.2010.521237>

Untari, D., & Fajarina, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram: Studi deskriptif pada akun @Subur_Batik. *Widya Cipta*, 2(2), 273-280.

Website

Universitas Multimedia Nusantara. (2024, Oktober 5). Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). UMN.ac.id. <https://www.umn.ac.id/mbkm>

Goodreads. (2025, Februari 2). Book reviews, recommendations, and author interviews. Goodreads. <https://www.goodreads.com>

Periplus. (2025, Maret 10). Periplus Official Website. Periplus.com. <https://www.periplus.com>