

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2006.
- Agama, Kementerian. “Qur’an.” Last modified 2022. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Andari, Karina Widya. “Peran Strategi 4.0 Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Kasus Usaha Undangan Pernikahan Digital Punakawan Kec. Umbulharjo Kota Yogyakarta.” Skripsi S1 Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2015.
- Anggriyani, Dewi Sukma. *Bagaimana UMKM Menerapkan Target Penjualan?* Edited by Banu Rinaldi, 2022. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/bagaimana-umkm-menerapkan-target-penjualan>.
- Ari Raharjo, Tety Elida. *Pemasaran Digital*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2020.
- Aris Fuad, Kandung Spto Nugroho. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Ayu, Widia Resti. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo,” 2020.
- Basrowi, Surwadi. *Memahami Peneliti Kualitatif*. Jakarta: Renika Cipta, 2008.
- Dana, I Gede & Ni Made Suci. “Analisis Faktor-Faktor Yang Menjelaskan Penurunan Penjualan BUMdes Di Kabupaten Karangasem.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika* Vol. 11 No, no. 3 (2021): 396–402.
- Dania, Todor Raluca. “Blending Tradisional and Digital Marketing, Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences” 9, no. no.1 (2016).
- dkk, Nurul Huda. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*. 1st ed. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2017.
- Fakriha, Ela Alvianita. “Strategi Pemasaran Melalui Instagram Dengan Sistem Endorsement Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Studi Kasus Online Shop Maryam Project.” Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri, 2016.
- Hamid Darmadi. *Dimensi-Dimensi Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial*. Alfabeta, 2013.
- Handayani dan Puporini, Tati. *Membangun UMKM Syariah Di Industri Halal*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Irawan, Basu Swasta dan. “Manajemen Pemasaran Modern.” 204. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Iwan S, Hermawan Kertajaya, Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Benyamin Molan*. Jakarta: PT indeks kelompok gramedia, 2005.

- Iwan Setiawan, Hermawan Kartajaya, Philip Kotler. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2019.
- Kartini Kartono. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2004.
- Kediri, Mas Fajar Karyawan UD. MJS. “Berdasarkan Wawancara Dengan Karyawan UD. MJS Kediri” (2022).
- Kediri, Pembeli UD. MJS. “Berdasarkan Wawancara Pembeli UD. MJS Kediri” (2022).
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1986.
- . *Marketing Management*. Jakarta, 2000.
- M. Djunaidi Ghony, Fauzan A. “Metodologi Penelitian Kualitatif,” n.d.
- Matondang N, Astuti M. *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020.
- Melati. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Miyanto, Bapak. “Berdasarkan Pemilik UD. MJS Kediri 2022” (2022).
- Muhammad Syakir Sula, Hermawan Kartajaya. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Nafarin, Muhammad. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Nina, Bu. “Berdasarkan Pemilik UMKM UD. MJS Kediri” (2022).
- Pratiwi, Indah Dwi. “Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Melalui Marketing Online Dalam Prespektif Ekonomi Islam Studi Pada Pusat Layanan Usaha Terpadu Dan Pelaku Industri Kerajinan Tapis Di Bandar Lampung.” Skripsi S1 Universitas Islam Negeri Raden Intang Lampung, 2019.
- Rijanto, ahmad; Rahayuningsih. *Pelatihan Dan Pendampingan Usaha Kerupuk Samiler*. Uwais inspirasi Indonesia, 2020.
- Rizal, Achmad. *Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rosyita, Erlin. “Efektifitas E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Di Toko Computer EG Komputer Purwokerto.” Skripsi S1 Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018.
- Royan, Fransiskus Musa. “Double Impact Internet Marketing Terobosan Baru Meningkatkan Penghasilan.” 38. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2006.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Press, 2018.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rienka Cipta, 1998.

- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rienka Cipta, 2002.
- Suherman, Eman. *Bussiness Entrepreneur*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Tambunan, Tulus T.H. *UMKM Di Indonesia Perkembangan, Kendala, Dan Tantangan*. Jakarta: PRENADA, 2021.
- Tim Penulis Intera. *Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Keuntungan*. Karanganyar: Intera, 2021.
- Umaysoh, Dewi. “Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemic Covid 19.” Skripsi S1 Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2022.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. (N.d)., n.d.
- Utami, Sujarweni Retnani. “Analisi Dampak Pembiayaan Dana Bergulir KUR Terhadap Kinerja UMKM.” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 1, no. 22 (2015): 11–25.
- Willian J, Stanton. *Fundamental Of Marketing*. Mc. Grow Hill Book Inc, 1984.
- Yohan Wismantoro, Vincent Didiek. *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini Dan Masa Depan*. Yogyakarta: PT. Kanisius, 2020.
- Zakiah, Demaz Fauzi Hadi dan Kiki. “Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemic” 16 No. 1 (2021): 38.
- “No Title” (n.d.): 6.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10273/05.2> bab
 2.pdf?sequence=6&isAllowed=y#:~:text=Marketplace-,Marketplace
 merupakan media online berbasis internet (web based) tempat
 melakukan,sehingga memperoleh sesuai harga pasar.