

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Chandra Elbahar, Syahputra, S.Sos., M.Sc., M.B.A, P. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie*.
- Dewi, R. (2022). *Peran digital marketing bagi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) Dalam perspektif bisnis islam (studi pada umkm kecamatan natar kabupaten lampung selatan)*.
- Maharani, I. F., Hidayat, D., & Dianita, I. A. (2021). Penerapan Digital Marketing Pada Konteks Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Womenpreneur. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 7(2), 699–709.
- Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>
- Triwibawa, K. (2021). Peran Strategi Digital Marketing Melalui SosialMedia. *Digital Marketing Melalui Sosial Media*. [http://repository.untag-sby.ac.id/9457/1/EAS_KRISNA TRIWIBAWA_1211800031_ebisnis.pdf](http://repository.untag-sby.ac.id/9457/1/EAS_KRISNA%20TRIWI%20BAWA_1211800031_ebisnis.pdf)