DAFTAR PUSTAKA

A.S, N. D., & Amalia, D. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital @surabayaterkini melalui Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Tiktok. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(9),

Adam, M., Ibrahim, M., Ikramuddin, & Syahputra, H. (2020). The role of digital marketing platforms on supply chain management for customer satisfaction and loyalty in small and medium enterprises (SMEs) at Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, *9*(3), 1210–1220.

Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2019). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen*, *4*(2), 83–93.

Atiko, G., Sudrajat, R. H., Nasionalita, K., & Telkom, U. (2016). Abstrak Perkembangan teknologi , informasi dan komunikasi yang terus meningkat membuat jumlah pengguna Internet yang juga semakin tinggi diseluruh dunia setiap tahunnya , tak terkecuali Negara Indonesia . Selain Facebook , Twitter , Youtube , Path , Line. *E-Proceeding of Management*, *3*(2), 2349–2358.

Chaffey, D., & Chadwick, E. (2019). *Digital Marketing*.

Cinema, K. (2023). *No Title*. https://koencinema.id/5-jenis-video-promosi-produk-efektif-untuk-bisnis/

Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *1*(1), 130–146.

Heryana, N., & Dkk. (2023). *UMKM dalam Digitalisasi Nasional*. Cendikia Mulia Mandiri.

Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). Pendekatan AISAS Dalam Post Instagram Carousel Sebagai Strategi Promosi Pada Museum Ranggawarsita. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, *15*(1), 79–89.

Katadata. (2022). Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya? *Databoks*, *September 2022*, 2024.

khoerul ummah. (2022). *Strategi Pomosi Digital Melalui Website & Mnedia Sosial Guna Meningkatkan Profitabilitas Pada UD Spreiqu Jaya*. *8.5.2017*, 2003–2005.

Kotler, Philip and Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Gelora Aksara Pratama.

Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (R. Abubakar (ed.)). Alfabeta.

Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Meifilina, A. (2022). Penerapan Aisas Model Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Digital Pada Desa Wisata Serang Kabupaten Blitar. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, *1*(4), 2828–6863.

Mentor, K. P. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

Mufidah, H. B., Alfianistiawati, R., Dionchi, P. H. P., & Fatanti, M. N. (2022). Digital Creative Promotion Melalui Pembuatan Video Pendek Sebagai Strategi Promosi Kampung Sejarah "Kayutangan Heritage" Kota Malang. *Surya Abdimas*, *6*(2), 311–323. https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i2.1686

Onainor, E. R. (2019). *Dimensi Penjualan*. *1*, 105–112.

Rachmawan Budiarto. (2016). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Gadjah Mada University Press.

Rahmawati, Setiawan, E. A., & Muinah Fadhilah. (2023). Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, *2*(4), 287–292.

Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Keatif dan Analisis Kasus IMC*.

Saadah, N. N., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Aisas Pada Produk Semakin Peka. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *7*(2), 1153–1164.

Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.

Soebiagdo, S., & Ruliana, P. (2017). Pengaruh Strategi Promosi STIKOM Interstudi terhadap Peningkatan Ekuitas Merek. *Inter Komunika*, *2*(2), 146–159. https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.34

Sunarya, L., Apryllia, P., & Isnaini, S. (2016). Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual. *Design Video Profile Based Multimedia Audio Visual and Broadcasting As a Media Promotion*, *9*(3), 318–327.

Sunarya, L., Kusumaninggar, R., & Syahputra, A. (2017). Perancangan Media Promosi Video Profile Pada SMA Negeri 15 Kota Tangerang. *Eksplora Informatika*, *6*(2), 106–114.

TAMBUNAN, T. T. H. (2022). Recent Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Management Review*, *06*(01), 193–214.

Trivena Octaviana, & Soegoto, A. S. (2016). Evaluasi Strategi Promosi Dan

Penjualan Terhadap Evaluation of Promotion Strategy and Sales Toward Competitive Advantage At. *Emba*, *4*(2), 133–143.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. *1*.

Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdwiyanto, A. (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *12*(2), 259–268.

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). international-journal-of-management-science-and-business-administration ISSN 1849-5419 (print). *International Journal of Management Science And Business Administration*, *1*(5), 69–80.

Yuhefizar, Nasution, M. I., & Efendi, N. (2022). Peningkatan Promosi Nagari Melalui Website dan Video Profil di Nagari Padang Ganting. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Teknologi (SISFOTEK) Ke 6*, 202–207.