

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yani, D. D., Pratiwi, H. S., & Muhandi, H. (2019). Implementasi Web Scraping untuk Pengambilan Data pada Situs Marketplace. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JUSTIN)*, 7(4), 257. <https://doi.org/10.26418/justin.v7i4.30930>
- Anggraini, A. A. (2019). Manajemen Keyword: Strategi Pemasaran Online Menggunakan Search Engine. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(2), 60–69. <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i2.934>
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Brata, D. W., & Farisi, H. (2023). *Etalase Online Pedagang Produk UMKM dan Fashion di Wilayah Kota Malang dalam Penerapan UMKM Berbasis Teknologi Menggunakan Information Retrieval*. 17(2), 109–116.
- Christian, C., & Sukendro, G. (2019). Kreatif Hashtag (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan Hashtag Pada Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu Di Youtube). *Prologia*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6206>
- Dheanis, K., Salsabila, A., Trianasari, N., Artikel, R., Kunci, K., & Konsumen, P. (2021). Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika Analisis Persepsi Produk Kosmetik Menggunakan Metode Sentiment Analysis Dan Topic Modeling (Studi Kasus: Laneige Water Sleeping Mask) Info Artikel ABSTRAK. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika*, 7(1), 1–9. <http://http/jurnal.unmer.ac.id/index.php/jtmi>
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional ...*, 46–55. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/1749>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77.

- Khairuzzaman, M. Q. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop "Queenstreet"*. 4(1), 64–75.
- Ludiya, E., & Mulyana, A. R. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada umkm fashion di kota cimahi Influence of entrepreneurial characteristics and innovation on business. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(1), 113–120.
- Nuvitasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>
- Prawira, I. W. K. Y., Sukarsa, OI Made, & Susila, A. A. N. H. (2021). Analisis Dan Implementasi Strategi E-Marketing Berbasis Metode Sostac Pada Perusahaan Xyz. *JITTER Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Komputer*, 2(3). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jitter/article/view/78892>
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. W. (2020). Instagram Hashtag Trend Monitoring Using Web Scraping. *Journal Pekommas*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050103>
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rauf, A. (2021). Digital Marketing : Konsep dan Strategi. In (Issue September).
- Sari, N. A. (2019). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan Umkm Di Era Digital. In *Cv Widina Media Utama*.