# DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal: Jurnal J-Best (STIA LAN) dalam artikel ilmiah berjudul "Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian".

ScienceDirect – Digital marketing: A framework, review and research agenda

https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167811616301550

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UMKM di Indonesia.

https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/JBE/article/view/5526

Ahda, Muhammad Hanif, et al. "Indikator Digital Marketing dalam Komunikasi Brand Lokal: Studi Kasus Instagram@ azwaperfume. pku." ANTHOR: Education and Learning Journal 5.3 (2026): 1673-1679.

https://share.google/P3pC3bVDKcgpAIfzc

https://journal.umpr.ac.id/index.php/neraca/issue/view/532

Jurnal Bisnis Net Volume : 7 No.1 Juni 2024 | ISSN: 2621

https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/bisnet/article/download/4515/3004

https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=ONKaEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=tujuan+penjualan+menurut+buku&ots=oCzP-f9_ny&sig=heof_bz5eq1DFfVOrvJlbkidYhY

Paramita, S., Nurjannah, & Subur, H. (2025). Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan UMKM: Studi Literatur. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 20(2), 118–129.

Paramita, S., Nurjannah, N., & Subur, H. . (2026). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Era Digital. Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11(2), 121–130. https://doi.org/10.33084/neraca.v11i2.12783

Putri, A., dkk. (2023). Pengaruh Personal Selling terhadap Volume Penjualan. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen. https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM/article/download/30582/15836

http://repo.darmajaya.ac.id/19427/7/bab%202%20augi.pdf

https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/13093