

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada
- Alkhajar, E. N. S., Wijaya, S. H. B., Primasari, I., Prabowo, H. H. S., Suranto, J., Sulihyantoro, A. B., & Tiyanto, D. (2022). *Jurnal Workshop Penguatan Manajemen Media Digital di Desa Wisata Sidowayah, Klaten, Jawa Tengah*. Vol 5, hal 1-10.
- Amanah, S. dan Farmayanti, N. (2014). *Pemberdayaan Sosial Petani-Nelayan, Keunikan Agroekosistem, dan Daya Saing*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Andi, P. (2016). *Menyusun Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) Tematik Terpadu Implementasi Kurikulum 2013 untuk SD/MI*. Prenamamedia Group.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, vol 2 (1), hal 40-47.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Tingkat Pengangguran Terbuka*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Basri, M. (2013). Budaya Mutu dalam Pelayanan Pendidikan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan* 1 (2).
- Bi.go.id. (2018). Edukasi dan Perlindungan Konsumen SP. *Jurnal Retrieved January* 10.
- Carissa, Anatasha, A. F. dan S. K. (2014). Penerapan *Customer Relationship Management* (Crm) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 15(1), 84471.

- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi untuk UMKM, 8(2), 178. *Jurnal Implementasi untuk UMKM*, 8 (2), 179-189.
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. (2012). Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN). *Jurnal Sistem Informasi*, 4(2), 516–529.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset. *Jurnal Jumlah Pelanggan* (Vol. 1, pp. 46-55).
- Firdaus, A., Sobarna, A., & Azel, F. E. (2021). Inovasi Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada *E-Commerce: Jurnal Peran dari Customer Value Creation*. (Vol. 12, pp. 930-939).
- Gaol, C. J. L. (2012). *Sistem Informasi Manajemen*. Grasindo.
- Gugus Covid-19. (2021). Gugus Tugas Covid-19. Edukatif: *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(3), 236–240.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15 (1), 133–146.
- Hamid. D. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*.
- Hananto, V. R., Churniawan, A. D., & Wardhanie, A. P. (2017). Perancangan *Analytical CRM* untuk Mendukung Segmentasi Pelanggan di Institusi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 11(1), 79-88.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Cetakan Pertama. Media Pressdindo, Yogyakarta.
- Juditha, C., & Darmawan, J. J. (2018). Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Milenial. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 22(2), 272787.

- Junaedi., & Arifianto. (2017). *Berawal dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepak bola. Menengok Manajemen Media Komunitas Berbasis Fans Sepak bola*. Litera: Yogyakarta.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Raja Grafindo Persada.
- Khodijah, S., & Syahriza, R. (2022). Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan secara Digital Pada PT. Asabri Kantor Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(2), 242-247.
- KNKS. (2019). "Tumbuh Bersama, Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemerataan Zakat." *Buletin Ekonomi Syariah*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (14th ed. Global Edition). England: Pearson Education.
- Kotler, P, dan Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 15, Jilid 1, Penerbit Erlangga.
- Kustiawan, W., Siregar, A. A., Purba, A. M., & Muhammad, M. (2022). Manajemen Media Online: *Online Media Management*. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2(2), 13-17.
- Leon, S. (2018). *Service Mobile Apps. a Millennial Generation Perspective*.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2013). *Pemasaran Jasa, Perspektif Indonesia Jilid 1 & 2*. Erlangga
- Lukmantoro, Triyono. Menertawakan Fobia Komunis di Era Reproduksi Digital. *Jurnal Profetik Komunikasi*, Vol 10, No 1 (2017), hlm 50-71
- Luthfia, A. R. (2021). *Dialektika Kebijakan Publik*. KBM Indonesia.
- Maharani, M., Ali, A.H.N., dan Astuti, H.M. (2012). Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing: Studi Kasus *Coffee Toffee* Indonesia. *Jurnal Teknik POMITS*. 1(1). 1-6.
- Maizal Walfajri. (2018). *Jumlah Perilaku UMKM di 2018 Diprediksi Mencapai 58,97 Juta Orang*. Diakses pada: [kontan.co.id](http://kontan.co.id) 09 mei 2018.
- Mariana, D. (2013). Otonomi Daerah dan Inovasi Kebijakan. *Jurnal Pascasarjana: Governance*, 1(1), 13–20. Retrieved from <http://www.ejournalunisma.net/ojs/index.php/governance/article/view/304>

- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). *Factors Affecting Consumers' Perception of Electronic Payment. Jurnal Empirical Analysis. Internet Research, 23(4), 465–485.*
- Muharram, Agus. (2017). *Arah Kebijakan Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.* Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Nana Sukmadinata Syaodih. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan.* Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, N., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh *Customer Relationship Management (Crm)* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Astra Internasional, Tbk-TSO AUTO2000 Cabang Denpasar). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya, 30(1), 171–177.*
- Prawira, S. (2013). *Peran Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Perusahaan.* Jakarta.
- Prayitno, Prayitno, Hesti Widiyanti, and Tabrani Tabrani. (2019). “Peran Politeknik Mengembangkan UMKM dalam Persaingan Global.” *Journal Research Accounting Politeknik Tegal 8(1):315.*
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). *Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-Commerce Shopping Decisions. Jurnal Manajemen Indonesia, 20(1), 76-82.*
- Primasari, W. (2014). Pengelolaan Kecemasan dan Ketidakpastian Diri dalam Berkomunikasi Studi Kasus Mahasiswa Perantau UNISMA Bekasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(1), 26–38.*
- Purnomo, F. (2019). Program ladit (lapak digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan UMKM di Madura. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 6(2), 89-95.*

- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20 (2), 1280–1289.
- Rukayat, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependudukan di Kecamatan Pasirjambu. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)*, (2), 56–65.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (W. Nikoemus, Ed.). Andi.
- Sangadji, Sopiah. (2014). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Andi Publisher.
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Shahril, R. Z., Mohd Zahari, S. M., & Othman, R. I. (2013). *Responsiveness of Smart Card in Restaurants*. *Journal Factor Analysis Approach. Social and Behavioral Science* (hal. 745-754).
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi Spss Versi 17*. Bumi Aksara.
- Sucahya, M. (2017). Manajemen Media Digital. *Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 3(01), 43-58.
- Sugiyono. (2012). “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*” Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS. Yogyakarta.
- Sulaksono, J. dan Zakaria, N. (2020). Peranan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.

- Sulistyowati, F., dan Dibyorin, MC. C.R. (2013). Partisipasi Warga terhadap Sistem Informasi Desa. *Jurnal Aspikom*, 2 (1), 579-587.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Andi.
- Tri. (2020). *The Power of Digital Marketing*. Tiga E-book. 21 Jul 2020.
- Widyayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online dengan Aplikasi Gojek Fitur Gofood terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 8(1), 80–95.
- Zhang, M. Y., & Dodgson, M. (2014). *Hightech entrepreneurship in Asia Innovation, industry and institutional dynamics in mobile payments*. Edward Elgar Publishing Limited.