

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2019). Analisis Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Pada 33 Provinsi di Indonesia Tahun 2008-2017).
- Ayesha, I., Patama, I. W., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., et al. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Badan Pusat Statistik. (2023, Februari 6). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. Dipetik Maret 15, 2023, dari bps.go.id: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html#:~:text=Ekonomi%20Indonesia%20tahun%202022%20tumbuh%20sebesar%205%2C31%20persen%2C%20lebih,Pergudangan%20sebesar%2019%2C87%20persen>
- Costa, K. I. (2022). Pengembangan dan Pembuatan Website: Sebuah Tinjauan Literatur. 2.
- Dedi, M. C., Damayanti, R. F., & Juhadi. (2023). Peran Koperasi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota pada Koperasi Susu Cipunawa Cianjur. *JPSI (Jurnal Perbankan Syariah Inonesia)* , 15.
- Dedi, P., Rahmi, & Shandy, A. (2017). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN MALAKA SARI, DUREN SAWIT. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* , 2.
- Gestai, N. A., & Antje, T. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika. *Jurnal Kritis* , 21.
- Henrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P., Yani, D. A., Yasa, N. N., Chandrayanti, T., et al. (2021). MANAJEMEN PEMASARAN (Dasar & Konsep). Dalam *MANAJEMEN PEMASARAN* (hal. 114-119). Kota Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Huda, S. (2021). Dosen Ekonomi Pembangunan - FEB UPN Veteran Jawa Timur. *KOPERASI INDONESIA PADA MASA PANDEMI 2021* , 26.
- Kuncoro, H. (2021, 4 11). Dipetik 6 13, 2023, dari Jojonomic: <https://www.jojonomic.com/blog/efektivitas-sosial-media/>

- Liu, W., Yue, X. G., & Tchounwou, P. B. (2020). Response to The Covid-19 Epidemic : The Chinese Experience and Implications for Other Countries. *International Journal of Environmental Research and Public Health* , 1-6.
- Maulana, H., & Soepatini. (2021). *Segmenting Targeting Positioning*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Musliha, & Adinugraha, H. H. (2022). Digital Marketing in Tourims Destinations. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga* , 133.
- Prasetyo, W. A., Aulia, M. J., & Aniek, I. (2020). *Digital Marketing*. Kab. Malang: PT. Literindo Berkah Karya.
- Rachmad, R. M., & Yuvanda, S. (2021). *Konsepsi Pengembangan Koperasi*. Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Rejeki, S., Komalawati, E., & Indriyanti, P. (2020). Penggunaan Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa. *Jurnal Lugas* , 106-107.
- Riadi, M. (2020, September 1). *Struktur Organisasi*. Dipetik 7 5, 2023, dari Kajianpustaka.co : <https://www,kajianpustaka.com/2020/09/struktur-organisasi.html>
- Rio. (2018, April 26). *Innews.co.id*. Dipetik April 4, 2023, dari <https://innews.co.id/gerakan-revolusi-koperasi-dan-ukm-4-0-tiada-hari-tanpa-it> : <https://innews.co.id/gerakan-revolusi-koperasi-dan-ukm-4-0-tiada-hari-tanpa-it/>
- Sakti, B. P. (2020). Pelatihan Mengaplikasikan Gmail dan Ymail untuk Calon Guru Sekolah Dasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* , 202.
- Savitri, C., & Maemunah, M. (2021). Model Strategi Pemasaran Berbasis Digital pada Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal Buana Pengabdian* , 107.
- Sijabat, R., Syamsuri, D., Pratiwi, R., Amiruddin, D., Hasan, D., Chadhiq, U., et al. (2022). *Bisnis Digital*. Bandung: PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA.
- Suparso. (2019). *Marketing Process*. Jakarta: Ukrida Press.
- Supriyanto, A. (2015). *Tata kelola Koperasi Kredit atau Koperasi Simpan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tanama, P. B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Dosen Kewirausahaan dan Agribisnis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Wahjono, S. I. (2022). *Perilaku Organisasi*. Surabaya: Rajagrafindo.

Widiastuti, E., & Surendra, A. (2020). Competitive Superior Strategy in the Industrial Revolution 4.0. *Jurnal ManTik* , 1469-1475.

Wiswasta, I. G., Agung, I. G., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*. Denpasar: Unmas Press.