

DAFTAR PUSTAKA

- Abdubrohim, Dindin., *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*, Sleman: Bintang Pustaka Madani, 2020.
- Anshori, Muchlis, dan Iswati, Sri, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2009.
- Arista, Gita Riana, “Analisis Usaha-Usaha Penjualan Produk Konveksi (Kasus Pedagang Pasar Plaza Sukaramaim di Pekan Baru)”, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Universitas Islam Riau, Vol 4, (2021): 4-7.
- Astuti, Miguna. dan Amanda, Agni Rizkita, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish, 2020
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2004.
- Bodjonegoro, Bambang Permadi Soemantri dkk., *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia Tahun 2019-2024 Hasil Kajian Analisis Ekonomi Syariah di Indonesia*, Jakarta: PT. Zahir Syariah Indonesia, 2018, cet. pertama.
- Budiarto, Eko. dan Anggraeni, Dewi, *Pengantar Epidemiologi*, Jakarta: EGC, 2002.
- Bunging, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2005
- Connelly, Brian L., Certo, S. Trevis, R., dkk “Signalling Theory: A Review and Assessment”, Auburn University, *Journal of Managemnet*, Vol. 37 No. 1, (2011): 40-42.
- Digdowiseiso, Kumba, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Nasional, 2017.
- Fauzi Abdullo, Ferian. dan Kusnawi, “Digitalisasi Manajemen Pemasaran untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif pada UMKM Ziidanwood”, UNIVERSITAS AMIKOM, Yogyakarta, 2019.
- Hadi, Didin. Utami, Dian. dkk, *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Harjawati, Tri., “Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Syariah di Provinsi Banten”, *Journal of Islamic Economics and Banking*, FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol 2, (2020): 201-202

- Hidayat, Mohammad. *The Sharia Economic*, Jakarta Timur: PT Bestari Buana Murni, 2010
- Julianto, F. T. dan Suparno, “ Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Surabaya”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Volume 1 Nomor 2, (2016): 231-232.
- Kementerian Sosial Republik Indonesia, *Pemberdayaan*, (Jakarta : Lembaga Berifikasi Pekerjaan Sosial, 2020). 3.
- Kusubandio, Wishnutama., dkk., *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019*, Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif, 2020
- Livana, P.H. dkk,” Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Perekonomian Masyarakat Desa”, *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal Volume 1 Nomor 1, (2020): 38.
- Lokantara, I Gede Wyana, *Membangun Ruang Kreatif di Era Digital*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Maulana, Yusep. *Jenius Digital Bisnis Marketing*, Jakarta: Mobidu Publisher, 2020.
- Muhyiddin, Nurlina T., Tarmizi, M. Irfan dan Yulianita, Anna, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2017.
- Mukhlisin, M. F. , *Klasifikasi Industri*, Jakarta: Geo Belajar, 2014.
- Muljawan, Dadang. dkk., *Buku Pengayaan Pembelajaran Ekonomi Syariah untuk Sekolah Menengah Atas Kelas X*, Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia, 2020.
- Mulya Firdausi, Carunia. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Nasution, Irfan. dkk, “Analisis Pengaruh Bauran Pemasran terhadap Volume Penjualan”, *Jurnal Riset Sains Manajemen* vol. 1 no. 1, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2017): 1-12.
- Nasution, Saddat, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Nikensari, S. I., *Ekonomi Industri : Teori dan Kebijakan*, Yogyakarta : Samudra Biru, 2018.
- Noviadiantoko, Dwi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Sleman: Deepublish, 2020.

- Panajaya, Gde Made Oki. Suroso, Imam. dan Irawan, Bambang."Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Bisnis Konveksi Clothing Karikatur Bali", *Jurnal Manajemen*, Universitas Jember (UNEJ), vol. VI , 2019.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia Cetakan Pertama*, Surakarta : Ziyat Visi Media, 2016.
- Puspita, Anggri. Dewi, Idah Kusuma. dkk *Ekonomi Kreatif*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Rapitasari, Diana., "Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Cakrawala*, Universitas Bhayangkara, Volume 10 No. 2 (2016): 111
- Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2017.
- Rukajat, Ajat., *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, Sleman: Deepublish, 2019
- Sari, Dewi Komala, Alshaf Pebrianggara dan Mas Oetarjo, *Buku Ajar Digital Marketing*, (Sidoarjo: Umsida Press, 2021). 8-9.
- Setiawan, Heri Cahyo Bagus, *Manajemen Industri Kreatif*, Sidoarjo: Berkah Mukmin Mandiri, 2020.
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2006, Vol. 14, cet.7.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*, Malang; UB Press, 2018.
- Sholihin, A, I., *Buku Pintar Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Sopannah, S. B. dan Ghozali, Mohammad, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sulaksono, Juli. dan Zakaria, Nizar. "Peranan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri" *Generation Universitas Udayana Bali*, Vol. 4 No. 01, (2020): 44-45
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Andi Offset : Yogyakarta, 2006.

- Supriyadi, Iman. *Metode Riset Akuntansi*, Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Susanti, Nanik. “Perancangan E-Marketing UMKM Kerajinan Tas”, Universitas Muria Kudus, *Jurnal SIMETRIS*, Vol. 9 No. 1, (2018): 717-722
- Wahid, Maghfur. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Surabaya: Risalah Gusti, 1999.
- Wati, Andy Prasetyo, dkk., *Digital Marketing*, Malang: PT Literindo Berkar Karya, 2020
- Wells, John D., Valacich, Joseph S., dan Hess, Traci J., “What Signal Are You Sending? How Website Quality Influences Perceptions Of Product Quality And Purchase Intentions”, *MIS Quarterly*, Vol. 35 No. 2, (2011): 2-3.
- Yasaroh, Ayu. *Peran Industri dalam Pelaksanaanpraktek Kerja Industri (Prakerin) Siswa Jurusan Tata Busana SMK Negeri 6 Semarang*, (Skripsi, Universitas Semarang (UNNES), 2010), 40-41.
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta: Kencana, 2014).
- Zulkipli dan Muharir, “Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia”, *JIMESHA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Vol. 1 No. 1 (2021): 8-10.
- “Suwaduk, Wedarijaksa, Pati”, 26 Oktober 2021, [https://www.wikiwand.com/id/Suwaduk, Wedarijaksa, Pati](https://www.wikiwand.com/id/Suwaduk,Wedarijaksa,Pati) pukul 15:00 WIB.