

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. A. Arnomo and Y. Yulia, “Metode Framework Application of System Thinking (FAST) Untuk Desain Sistem Pemesanan,” *Jurnal Desain Dan Analisis Teknologi*, vol. 2, no. 1, pp. 121–128, 2023, doi: 10.58520/jddat.v2i1.29.
- [2] M. R. Rochmahwati, “Analisis Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Jawa,” *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, vol. 7, no. 03, pp. 369–380, 2023.
- [3] C. Awaliyah, D. Oktaviana, and Y. T. Herlambang, “Tantangan dan Peluang Teknologi dalam Dinamika Kehidupan di Era Teknologi,” vol. 1, no. 2, pp. 91–96, 2024.
- [4] A. Armiani, B. Basuki, and N. Suwarno, “Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat,” *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, vol. 5, no. 3, pp. 300–320, 2021, doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4892.
- [5] M. A. Pramaswara and Moh. Athoillah, “Pengaruh Inklusi Keuangan Di Era Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi,” *Journal of Development Economic and Social Studies*, vol. 2, no. 1, pp. 205–221, 2023.
- [6] Alamsyah Agit, Hasmawati, Sahurri, Sari Yunus, and Fitriyani Syukri, “Peran Dan Kontribusi Teknologi Dalam Menunjang Potensi Ekonomi Masyarakat Di Wilayah Pedesaan,” *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, vol. 2, pp. 263–271, 2023, doi: 10.36441/snpk.vol2.2023.126.
- [7] T. Wibowo, “Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam,” 2021. [Online]. Available: <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>

- [8] M. M. Ramadhan and S. N. Farida, "Transformasi Branding UMKM Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Pasar Wisata Harmoni Keputih," *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, vol. 202, no. 4, pp. 202–209, 2023, doi: 10.5281/zenodo.8170684.
- [9] "MODUL - PARIWISATA BUDAYA.pdf.crdownload".
- [10] S. Zhukhruffa, "PEMANFAATAN EKOSISTEM DIGITAL PADA PLATFORM E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK UMKM".
- [11] "PERANCANGAN SISTEM INFORMASI BIMBINGAN KONSELING BERBASIS WEB DENGAN MODEL FAST (STUDI KASUS : SMP N 7 PANGKALPINANG)."
- [12] D. Falentina, R. Deni, M. Danial, R. Nurmala, and U. M. Sukabumi, "THE EFFECT MARKET ORIENTATION, STRATEGIC INOVATION ON THE PERFORMANCE OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) DURING THE COVID-19 PERIOD PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI STRATEGI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA MASA COVID-19."
- [13] I. Hilal Ramadhan, R. Priatama, A. Akalili, and F. Kulau, "Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial) Analysis of Digital Marketing Techniques in Tiktok Aplication (Case Study of @jogjafoodhunterofficial)," *online) Socia: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, vol. 18, no. 1, pp. 49–60, 2021.