## DAFTAR PUSTAKA


Andriyanto, A., Pranoto, R. E., Bangun, D. A. N., Anggarini, A., & Maheni DK, M. T. (2023). Pemasaran Digital Umkm Melalui Desain *Landing page* Sebagai Upaya Pengembangan Bisnis. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, *8*(1), 15–20. https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1.2826.

Ash, T. (2018). *Landing page* Optimization. *Wiley Publishing, Inc.*, 1–27. https://www.seoblog.hu/stuff/landing_page_optimization.pdf

Asri Oktiani dan Rozy Khadafi. 2018. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C'bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING). Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269-282. https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259

Bima Setyahardi, P., & Simamora, V. (2023). Upaya UMKM Meningkatkan Brand Awareness Produk Baru Melalui Digital Marketing''. *Journal of Economics and Business UBS*, *12*(4), 2238–2248. https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.299

Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta

Dupont, J., Harff, S., Park, S., & Linder, K. E. (2018). Marketing Online Degress to Adult Learners: Staff, Resources, and Key Strategies. In Leading and Managing e-Learning (pp. 321–334).

Fahrezi, K., Mulana, A. R., Melinda, S., Nurhaliza, N., & Mulyati, S. (2021). Penerapan Model Waterfall dalam Pengembangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web sebagai Sistem Pengolahan Nilai Siswa. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi Dan Aplikasi*, *4*(2), 98. https://doi.org/10.32493/jtsi.v4i2.10196

Firdaus Turnip, F., Fernando Nainggolan, M., Tampubolon, G. M., & Turnip, A. (2022). Development of Web *Landing page* for Small and Medium Enterprise Promotion Bussiness. *Science and Technology Publications, Lda*. https://doi.org/10.5220/0010370800003051

Gui, H., Xu, Y., Bhasin, A., & Han, J. (n.d.). *Network A / B Testing : From Sampling to Estimation Categories and Subject Descriptors*.

https://hanj.cs.illinois.edu/pdf/www15_hgui.pdf

https://meidianapuji.wordpress.com/2017/02/28/metode-waterfall/

https://lp2m.uma.ac.id/2022/06/07/metode-waterfall-definisi-dan-tahap-tahap-pelaksanaannya/

Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Cicadas, Jakarta: Penerbit Erlangga. Kurniawati, P., & Susanti, A. (2006). *Pengaruh Brand Awareness , Brand Exposure Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Pada Pengguna Produk The Body Shop Di Surakarta )*

*Seminar Nasional Pariwisatadan Kewirausahaan ( SNPK ) penampilan dan menjaga tubuh . Beraga*. *1*, 330– 338. https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.138

Krestianti, Rr. A., Hendrianu, R., Utomo, R. B., Akbar, A., & Prananingrum, L. (2023). DIGITAL MARKETING WITH *LANDING PAGE* TO IMPROVES SELLING OF MSMES DECHEFDEFINZS. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, *10*(1), 149–156. https://doi.org/10.33330/jurteksi.v10i1.2799

Maydiantoro, A. (2019). Model-Model Penelitian Pengembangan (Research and Development). *Jurnal Metode Penelitian*, *10*, 1–8. http://repository.lppm.unila.ac.id/34333/1/Model-Model Penelitian dan Pengembangan.pdf

Narulita, S., Prihati, P., Priyambodo, A., Indradno, J., & Safari, T. (2023). Pengembangan UMKM ditinjau dari digital marketing melalui pemanfaatan *landing page*. https://doi.org/10.54832/judimas.v1i1.75

Putri, M. A., & Kumbara, K. (2023). Revolusi Pemasaran UMKM: Studi Komprehensif tentang Implementasi Pemasaran Digital dan Model Agritesting Marketing. *AGRIEKSTENSIA*, *22*(2), 119–130. https://doi.org/10.34145/agriekstensia.v22i2.2973

Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*,*1*(3),2431.https://journal.unimaramni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/download/37/42/120

Sentoso, A., & Liong, S. (2023). *Penerapan Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Nasi Lemak Tanjung Batu*. *3*(2), 299–310. https://doi.org/10.54082/jupin.163

Sudiharto, D. W., Vera, H., Astari, D., & Nuha, H. H. (2021). *Pemilihan Desain Landing page dari limpapehhandmade . net Menggunakan A / B Testing*. https://doi.org/10.59328/JAPATUM.2022.1.1.32

Sukri, S. Al. (2020). *Konsep Marketing Mix dan Ekuitas Merek*. https://doi.org/10.17605/osf.io/ak8rz

Surya Lesmana, A., Satria Ganefi, H., & Darmawan Muttaqien, D. (2024). *ABDI DOSEN DEVELOPING LANDING PAGES AS DIGITAL MARKETING TOOLS FOR MSME PRACTITIONERS IN CIGUGUR: AN EDUCATION ALAPPROACH*.https://doi.org/https://doi.org/10.32832/abdidos.v8i4.2478

Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, *19*(1), 170–182. https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207

Tegeh, I. M., Simamora, A. H., & Dwipayana, K. (2019). Pengembangan Media Video Pembelajaran Dengan Model Pengembangan 4D Pada Mata Pelajaran Agama Hindu. *Mimbar Ilmu*, *24*(2),158.https://doi.org/10.23887/mi.v24i2.21262

Tresnawati, dan Prasetyo. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. Profesi Humas, Volume 3, 103. https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333

Yulistiawan, B. S., Wirawan, R., Nugrahaeni, C., & Indarso, A. O. (2022). Development of MSMEs' potential through digital marketing in Pabean Udik Village, Indramayu Regency. *Community Empowerment*, *7*(12), 2133–2142. https://doi.org/10.31603/ce.8212.