

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Sutanto, J. Jumaedi, E. Nurhaliza, dan A. Mardiah, “Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Bisnis dalam Kewirausahaan di Indonesia,” *ekon.*, vol. 3, no. 01, hlm. 53–66, Okt 2024, doi: 10.58812/sek.v3i01.467.
- [2] A. I. Siregar, “Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual,” *JIUBJ*, vol. 24, no. 3, hlm. 2921, Okt 2024, doi: 10.33087/jiubj.v24i3.5678.
- [3] M. Saefudin, “PENERAPAN PLATFORM ANALISIS MEDIA SOSIAL BERBASIS ARTIFICIAL INTELEGENT SEBAGAI MODEL PEMASARAN PRODUK SECARA DIGITAL,” vol. 7, 2023.
- [4] A. A. Putri dan A. A. Widodo, “Peluang Dan Tantangan Penggunaan Artificial Intelligence (AI) Dalam Pembuatan Konten Digital Marketing”.
- [5] M. R. Fahdia, I. Kurniawati, F. Amsury, Heriyanto, dan I. Saputra, “Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur,” *Abdiformatika*, vol. 2, no. 1, hlm. 34–39, Mei 2022, doi: 10.25008/abdiformatika.v2i1.147.