

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, Afdhal, Mustanir, A., Faried, A. I., Mursalat, A., Kusnadi, I. H., Fauzan, R., Amruddin, Siswanto, D., Widiyawati, R., & Abdurohim. (2023). *Pemberdayaan masyarakat*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Ahmad, C. W. S. B. C., Ahmad, K. A. R. S., Ahmad, S., & Basri, M. (2023). Kajian penggunaan Chatbot dalam institusi pendidikan: *A study of the use of Chatbots in educational institutions. Malaysian Journal of Information and Communication Technology (MyJICT)*, 145–157. <https://doi.org/10.53840/myjict8-2-103>
- Alim, W. S., Manullang, S. O., Aziz, F., Romadhon, S., Marganingsih, A., Mansur, Ratnaningtyas, E. M., Sulandjari, K., Hanifah, Wulandari, R., & Efendi, Y. (2022). *Pemberdayaan masyarakat: Konsep dan strategi*. PT Gaptek Media Pustaka.
- Amalia, E. L., & Wibowo, D. W. (2019). Rancang Bangun Chatbot Untuk Meningkatkan Performa Bisnis. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 13(2), 137-142. <https://doi.org/10.32815/jitika.v13i2.410>
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Andriana, D., Fadilah, J., & Widarti, W. (2024). Implementasi Artificial Intelligence (AI) Dalam Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk UMKM. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 11(2), 78-89. <https://doi.org/10.31294/jika.v11i2.11593>
- Ardyanto, D. (2014). Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan *e-commerce* terhadap keputusan pembelian online (Survei pada konsumen www.petersaysdenim.com). Skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang.
- Aryani, P., & Riorini, S. V. (2023). Antecedents and Consequences of Initial Trust in Chatbot. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 565-577. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8321904>

- Ashari, R. P., Rosmaniar, A., & Futuwah, A. I. (2024). Performa Digital Marketing Pada Tingkat Konversi Penjualan Dan Tingkat Pelanggan Kembali. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 99-108. <https://doi.org/10.30651/imp.v4i1.24348>
- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa depan kewirausahaan dan inovasi: tantangan dan dinamika dalam era digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303-310.
- Aulia, F., Batubara, P. A., Alfasha, R. A., & Hasyim. (2024). Analisis penerapan mobile marketing pada era Society 5.0 melalui Kopra by Mandiri di KCU Plaza Mandiri Jakarta. *Jurnal Administrasi Kantor*, 12(2), 197–206.
- Azizah, I. S. (2020). Pembangunan partisipatif masyarakat desa: studi implementasi program alokasi dana desa di kecamatan kledung kabupaten temanggung. *Journal of Maritime and Education (JME)*, 2(2), 134-141.
- Bagaskara, R. (2019). Reorientasi Teori Andragogi Pada Proses Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Rokania*, 4(3), 315-333.
- Bhandari, R. S., & Bansal, A. (2018). Impact of Search Engine Optimization as a Marketing Tool. *Jindal Journal of Business Research*, 7(1), 23-36. <https://doi.org/10.1177/2278682117754016>
- BPS. (2025). *statistik-e-commerce-2023* (Vol. 6). Badan Pusat Statistik.
- Br. Sembiring, T., Irmawati., Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN (TEORI DAN PRAKTIK). Saba Jaya Publisher
- Chiquitita, T. C. C., Wolor, C. W., & Utari, E. D. (2025). Analisis Implementasi Strategi Email Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Perusahaan B. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 11-25.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku pencegahan demam berdarah. *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP 2020)*.
- Dien, H. E., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Zuraida, V., & Ririd, A. R. T. H. (2022). Pelatihan pemasaran digital melalui pemanfaatan aplikasi online marketplace bagi UMKM di Lapak Berkah PKK Singosari Malang. *Jurnal*

- Pengabdian UNDIKMA: Jurnal Hasil Pengabdian & Pemberdayaan kepada Masyarakat*, 3(3), 436–443. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6030>
- Eriana, E. S., & Zein, A. (2023). Artificial intelligence (AI). Eureka Media Aksara.
- Fathurrahmani, F., Herpendi, H., & Hafizd, K. A. (2021). Pentingnya Memiliki Digital Skills Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 83-90.
- Firdaus, J., Arifah, H. K. N., Najiatun, N., & Sani'atin, A. (2025). OPTIMALISASI CHATBOT UNTUK MENINGKATKAN PELAYANAN KONSUMEN DI PLATFORM E-COMMERCE. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(10), 7957-7966.
- Fitrianti, L. (2025). Peningkatan Pemahaman Ibu PKK Tentang Peran Strategis PKK Dalam Mewujudkan Keluarga Sejahtera: dari 10 Program Pokok Ke Tindakan Nyata. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 318-322.
- Hafitasari, I. A., Adzani, D. A., & Mafruhat, A. Y. (2022). Analisis Hubungan E-commerce terhadap UMKM di Indonesia. *JDEP*, 5(2), 95-102.
- Halawa, P. (2024). Penggunaan Big Data untuk prediksi tren pasar dalam industri retail. *Tugas_Akhir (Artikel) Jurnal Sistem Informasi, Teknik Komputer dan Teknologi Pendidikan*, 4(1), 32-36.
- Harahap, A. R., Munthe, C., Hariri, M. F., & Lubis, S. P. (2025). Peran AI dalam UMKM: Bagaimana Kecerdasan Buatan Membantu UMKM Bertahan dan Berkembang di Era Digital. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 409-419.
- Hardiansya, G., Sadiyah, F. N., & A'yuni, N. R. L. (2025). Optimalisasi Website PT Mount Vera Sejati menggunakan Google Analytics. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4756-4769.
- Haslih, H., Arief, Z. A., & Herawati, H. (2024). STRATEGI PEMBELAJARAN FISIKA DENGAN TEKNIK MICROLEARNING UNTUK TINGKAT SMK.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *QTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>

- Hidayat, W. H., & Kholik, N. (2024). Implikasi hukum atas perubahan bisnis UMKM: Strategi adaptasi era digital dan *e-commerce* di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum*, 7(1), 70-84.
- Husnullail, M., & Jailani, M. S. (2024). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam riset ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 70-78.
- Indriyatmoko, T., claudy Forbenius, A., & Diningrat, M. S. M. (2024). Strategi Optimisasi Kata Kunci dalam Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari. *Intechno Journal: Information Technology Journal*, 6(1), 66-72.
- Janah, M., & Wahyuni, D. U. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Dewi Hijab. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Jannah, H. R., Nawangnugraeni, D. A., Ujianto, N. T., & Munadi. (2024). Peningkatan literasi digital kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) terhadap teknologi di era artificial intelligence (AI). *Jurnal Abdimas PHB*, 7(4), 930-936. <https://doi.org/10.30591/japhb.v7i4.7576>
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2013). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer Science & Business Media.
- Khormarudin, A. N. (2016). Teknik data mining: Algoritma K-Means clustering. *J. Ilmu Komput*, 1-12.
- Kusumaningsih, S., & Rianawati, T. (2024). Peran organisasi Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) terhadap program pemberdayaan perempuan di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Gunungpati Semarang. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 4(1), 264–269. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v4i1.544>
- Laksono, P. M. (2018). Pelatihan dan Pembelajaran Metode Riset Aksi Partisipatoris Untuk Pemajuan Kebudayaan. *Bakti Budaya: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 131.
- Lesnussa, J. U. (2019). Evaluasi Pemberdayaan Masyarakat Di Negeri Halong Baguala Ambon. *Jurnal Sosio Sains*, 5(2), 91-107.

- Lestari, I. (2015). Pengaruh waktu belajar dan minat belajar terhadap hasil belajar matematika. *Formatif: jurnal ilmiah pendidikan MIPA*, 3(2). <http://dx.doi.org/10.30998/formatif.v3i2.118>
- Luthfiyani, P. W., & Murhayati, S. (2024). Strategi memastikan keabsahan data dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 45315–45328. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/21803/153>
- Magdalena, I., Islami, N. F., Rasid, E. A., & Diasty, N. T. (2020). Tiga ranah taksonomi bloom dalam pendidikan. *Edisi*, 2(1), 132-139.
- Malik, H. (2008). Teori belajar andragogi dan aplikasinya dalam pembelajaran. *Jurnal Inovasi*, 5(2).
- Marlinda, L., Gata, W., & Tutupoly, T. A. (2024). Pelatihan pemanfaatan teknologi *Chatgpt* untuk surat menyurat kader PKK Desa Cimulalang Bogor. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 6(1), 55–60. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v6i1.5514>
- Maulana, R. Y., Subekti, D., Putra, D. S., Beriansyah, A., & Yusuf, M. (2024, October). Penguatan Kapasitas Digital dalam Menghadapi Transformasi Digital untuk Menunjang Penyelenggaraan Pemerintahan di Desa. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*.
- Maulani, G., Waras, N. G. T., Bakti, I., Firdaus, M., Arifianto, A. S., Setiawan, H., & Saryani. (2024). *Development of artificial intelligence applications*. CV Hei Publishing Indonesia.
- Meo, E. N., & Boro, V. I. A. (2021). Kesetaraan Gender dalam Perekrutan Aparatur Sipil Negara Menempati Jabatan Struktural di Pemerintah Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Perspektif*, 10(1), 204-210.
- Montford, W. J., Leary, R. B., & Nagel, D. M. (2019). The impact of implicit self-theories and loss salience on financial risk. *Journal of Business Research*, 99, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.015>
- Motyl, B., Baronio, G., Uberti, S., Speranza, D., & Filippi, S. (2017). How will change the future engineers' skills in the Industry 4.0 framework? A questionnaire survey. *Procedia manufacturing*, 11, 1501-1509.
- Muda, Y. P. (2024). Strategi Customer Journey Map untuk Meningkatkan Customer Experience pada Produk HMNS Perfume. *Komunikata* 57, 5(2), 117-121.

- Mursalat, A., & Irwan, M. 2021. Pembuatan Pakan Berbasis Bahan Lokal dan Saluran Distribusi Melalui *E-commerce* Pada Usaha Peternakan Ayam Petelur Desa Teppo Kabupaten Sidenreng Rappang. *Madaniya*, 2(2), 191–196.
- Mustika, A. (2025). Pengembangan digital skills sumber daya manusia untuk penguatan branding di era digital: Tinjauan literatur. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 13(1), 26–38. <https://doi.org/10.26418/ejme.v13i1.89781>
- Mutmainah, S., Ramadhan, S., & Lorosae, T. A. (2024). Data Visualization for Teens: Ubah Data Menjadi Cerita yang Menarik. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 115-120.
- Nugraha, H., Rusmana, A., Khadijah, U. L. S., & Gemiharto, I. (2021). *Microlearning* sebagai upaya dalam menghadapi dampak pandemi pada proses pembelajaran. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Pembelajaran (JINOTEP): Kajian dan Riset Dalam Teknologi Pembelajaran*, 8(3), 225-236.
- Nurfadillah, S. U. (2019). Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program UP2K-PKK di Desa Kayuambon Lembang. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 2(1), 90.
- Nurrachmi, I., Putera, D. A., Sudirman, A., Octaviani, L. K., Dyanasari, D., Padli, P.,... & Yudawisastra, H. G. (2024). Pemasaran Dan Teknologi. *WIDINA MEDIA UTAMA*.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill Education.
- Purwanto, R. (2011). Peningkatan motivasi dan hasil belajar siswa pada Kompetensi sistem koordinasi melalui metode Pembelajaran teaching game team terhadap siswa kelas XI IPA SMA Smart Ekselensia Indonesia Tahun Ajaran 2010-2011. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 1(1), 1-14.
- Putri, N. M., Listiawati, W., & Rachman, I. F. (2024). Pengaruh literasi digital terhadap pemberdayaan masyarakat dalam konteks sdgs 2030. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia (JPPI)*, 1(3), 349-360.

- Rachmatsyah, T. H. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 164-173.
- Rachmawati, N., Siraj, N., & Bharoto, R. H. (2018). Implementasi Perencanaan Partisipatif Dalam Pembangunan Fisik Di Desa Suci Kecamatan Mundu Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ilmiah Publika*, 6(2), 126-139. <https://doi.org/10.33603/publika.v6i2.1550>
- Rahayu, D., Mukrodin, M., & Hariyono, R. (2020). Penerapan Artificial Intelligence Dalam Aplikasi Chatbot Sebagai *Helpdesk* Objek Wisata Dengan Permodelan Simple Reflex-Agent (Studi Kasus: Desa Karangbenda). *Smart Comp Jurnalnya Orang Pint. Komput*, 9(1), 7-21. <https://doi.org/10.30591/smartcomp.v9i1.1813>
- Rhomazani, S. O., Gamaliel, A., Abdillah, M. F., & Gustaf, Z. (2025). Efektivitas Kecerdasan Buatan dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Digital. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 7(2), 163-175. <http://dx.doi.org/10.47201/jamin.v7i2.242>
- Ristania, N., & Justianto, J. S. (2013). Analisa pengaruh harga, promosi dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada “online shop” S-Nexian melalui Facebook. *Journal of Business Strategy and Execution*, 5(2), 131–161.
- Rosalind, O. A. (2025). *Strategi content marketing dalam meningkatkan engagement followers di Instagram (Studi kasus pada client PT. Windhu Bali Utama)* (Skripsi sarjana terapan, Politeknik Negeri Bali).
- Rubach, C., & Lazarides, R. (2021). Addressing 21st-century digital skills in schools—Development and validation of an instrument to measure teachers' basic ICT competence beliefs. *Computers in Human Behavior*, 118, 106636. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106636>
- Saefudin, M., Widiarti, L. W., & Hendrato, H. (2023, August). Penerapan Platform Analisis Media Sosial Berbasis Artificial Intelegent Sebagai Model Pemasaran Produk Secara Digital. In *Prosiding Seminar SeNTIK* (Vol. 7, No. 1, pp. 264-272).

- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi komunikasi untuk program corporate social responsibility dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98-105.
- Santi, R. N., Situmorang, R., & Iriani, T. (2024). Potensi model *microlearning* sebagai strategi pembelajaran inovatif untuk bahan pembelajaran: Systematic review. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(4 Nopember), 4623-4634. <https://doi.org/10.58230/27454312.128>
- Sari, S. P. (2020). Strategi meningkatkan penjualan di era digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Scuotto, V., Nicotra, M., Del Giudice, M., Krueger, N., & Gregori, G. L. (2021). A microfoundational perspective on SMEs' growth in the digital transformation era. *Journal of Business Research*, 129, 382-392. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.045>
- Selay, A., Andigha, G. D., Alfarizi, A., Wahyudi, M. I. B., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. *Karimah Tauhid*, 2(1), 232-237.
- Setiadi, M. B., & Pradana, G. W. 2022. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Genilangit di Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan. *Publika*, 10(3), 881-894. <https://doi.org/10.26740/publika.v10n4.p881-894>
- Siahaan, C., & Lidwina, P. R. (2021). Perkembangan teknologi komunikasi dalam meningkatkan perekonomian di indonesia (studi pada penggunaan *e-commerce* di akun media sosial). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 642-655.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). *E-commerce* di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273-281.
- Sopari, R. M., & Alawiyah, W. D. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. *Ikraith-Ekonomika*, 7(3), 356-369.
- Suaib. (2023). *Pembangunan dan pemberdayaan masyarakat*. Indramayu: Penerbit Adab.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. A. (2019). Analisis kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan kedai kopi kala senja. *Jurnal E-bis*, 3(2), 111-118.
- Surani, D., Andini, M., & Mahdy, N. (2020). Pelatihan Macrame Untuk Meningkatkan Keterampilan Ibu-Ibu Rumah Tangga Produktif Di Lingkungan Kelurahan Dalung. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(2), 143-152.
- Suratmi, N. Kamil, M. L. O. Safitri, & Sari, M. T. (2025). *Strategi pengukuran, penilaian, dan evaluasi pembelajaran di sekolah dasar: Teori dan praktik*. Selfietera Indonesia.
- Taylor, A. D., & Hung, W. (2022). The effects of microlearning: A scoping review. *Educational technology research and development*, 70(2), 363-395. <https://doi.org/10.1007/s11423-022-10084-1>
- Titoni, E., Firgana, D., Aditya, B., Priyadi, T. A., & Lianto, R. (2024). Peran Chatbot artificial Intelligence dalam membentuk kepuasan pelanggan. *Technologia: Jurnal Ilmiah*, 15(1), 20-30.
- Van Deursen, A. J., Helsper, E. J., & Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS). *Information, communication & society*, 19(6), 804-823.
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2020). Measuring the levels of 21st-century digital skills among professionals working within the creative industries: A performance-based approach. *Poetics*, 81, 101434. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101434>
- Wadu, L. B., Gultom, A. F., & Pantus, F. 2020. Penyediaan Air Bersih Dan Sanitasi: Bentuk Keterlibatan Masyarakat Dalam Pembangunan Berkelanjutan. *Kewarganegaraan, Jurnal* 10(2), Pendidikan 80–88. <https://doi.org/10.20527/kewarganegaraan.v10i2.9318>
- Wahab, G., & Rosnawati, R. (2011). Teori-teori belajar dan pembelajaran. *Erlangga, Bandung*.

- Wahyuni, R. (2022). Penerapan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 tentang strategi dan mekanisme gerakan PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) di Kelurahan Batunadua Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua (Skripsi, Program Studi Hukum Tata Negara, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidempuan).
- Wibowo, A. (2025). AI (Artificial Intelligence) dan modernisasi peradilan. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Wijaya, M. A., & Perdana, C. (2023). *Perancangan Focus Group Discussion sebagai ruang partisipasi masyarakat dalam membangun desa berbasis website*. Jurnal Sistem Informasi Galuh, 1(2). <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/jsig/index>
- Wijaya, M., & Jasfar, F. (2014). Pengaruh rancangan situs, harga, kepercayaan dan keamanan terhadap pembelian produk fashion melalui online shopping. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7(2), 31-62.
- Wulandari, F., Ahdiat, D., Riskiyai, H., & Nuryaningsyih, F. (2023). Pengaruh Penggunaan Chatbot Dalam Customer Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Telkomsel. In *Prosiding Seminar SeNTIK* (Vol. 7, No. 1, pp. 432-437).
- Wulansari, D. A. (2015). Pengaruh penjualan online terhadap omzet penjualan Butik Zieta Desa Sewulan Kec. Dagangan Kab. Madiun. *Equilibrium*, 3(2), 134–143. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.664>
- Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89-96. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i2.38>
- Zebua, R. S. Y., Khairunnisa, K., Hartatik, H., Pariyadi, P., Wahyuningtyas, D. P., Thantawi, A. M.,... & Kharisma, L. P. I. (2023). *Fenomena Artificial Intelligence (AI)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.