

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.
- Fadli, Z., Sudirjo, F., & Rahmat. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL*. Global Eksekutif Teknologi.
- Islami, N. N. (2021). *Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Jember* [Dipublikasikan. Skripsi. UIN KH. Achmad Siddiq Jember]. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/5224>
- Kurniawan, A. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook Oleh UMKM Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Di Dusun Suka Sari Desa Rantau Sakti* [Dipublikasikan. Skripsi. Universitas Islam Riau]. <https://repository.uir.ac.id/11119/1/189110072.pdf>
- Lathifah, Z., & Lubis, D. P. (2018). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan

- Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kecil Wilayah Solo Raya. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 75–88.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46937/16201825123>
- Mansyur, M. I. Al. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran Industri UMKM Teh Mawar di Desa Cluntang, Musuk, Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(7), 110–114.
<https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/538/397>
- Mashuri, C., Permadi, G. S., Vitadiar, T. Z., Mujiyanto, A. H., Cakra, R., Faizah, A., & Kistofor, T. (2022). *Literasi Digital*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Mauludi, S. (2018). *Socrates Cafe: Bijak, Kritis, & Inspiratif Seputar Dunia & Masyarakat Digital*. PT Elex Media Komputindo.
- Permadi, R. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15.
<https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>
- Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212.
<https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>
- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(02), 112–122. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks*

dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing. Yayasan Kita Menulis.

- Sudiarti, S., & Munawaroh, S. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Di CV. Amily Hijab Tasikmalaya. *Jurnal Manajemen, Keuangan, Dan Komputer*, 4(4), 20–34. http://jurnal.poltektriguna.ac.id/Des2020/Artikel_20_34.pdf
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (20th ed.). Alfabeta.
- Wibowo, Y. G. (2021). Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 7(1), 127–134. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.5072>
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.