

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Nur, Muhammad Hasan, dkk (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, Vol VIII, hal 1263.
- Ardianto, Felix; Adi Santoso; dan Sri Hartono. 2023. Analisis Implementasi Digital Marketing Melalui Media Sosial sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Nariyah Bakery Madiun. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, Vol VIII (4), hal 3337
- Arif Donny. (2020). *Marketing Is Easy*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, hal 82.
- Arikunto Suharsimi (2002). *Prosedur Penelitian Dalam Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, hal 1.
- Armayani Reni Ria, Lisa Chintiya Tambunan, dkk. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol V, hal 8922.
- Atmoko Rakhmat Andri, Susilowati, Optimalisasi Digital Marketing, (Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya) Hal 69.
- Augustinah Ferdianty & widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, Vol IV, hal 1.
- Azizah Zuhria Miftahul. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan WhatsApp Bisnis Pada Lathifa Shop. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol III, hal 11.
- Brahim Muh. Nur Eli, Akutansi dan Keuangan Lembaga, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2021), hal 65.
- Bungin Burhan, Analisis Data Penelitian Kualitatif, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hal.62.
- Diandra Didip, Paidi, Peran Aplikasi WhatsApp Dalam Pemasaran: State of The Art, Vol IV, Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani, 2022, Hal 3.
- Dwijayanti Andina, Rita Komalasari, dkk, Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital, Vol VI, Jurnal IKRATH-ABDIMAS, 2023, hal 71.
- Dwijayanti, Andina, Rita Komalasari, Budi Harto, dkk. 2023. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Jurnal IKRATH-ABDIMAS* Vol VI (2), Hal 68.
- Fatoni Abdurrahman, Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hal 104.

- Febriyanti, Skripsi: Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan WhatsApp Sebagai Media Promosi Pada Waroeng Cak Dhuro Di Kabupaten Sumenep, (Universitas Wiraraja Madura, 2022), hal 4.
- Febriyati Devi Elyana; Syamsul Arifin, Analisis Strategi Pemasaran Secara Online Melalui Tiktok dan Instagram Terhadap Volume penjualan Skincare Justmine Beauty Pada Agen Yuyun di Lamongan, Vol I, Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi, 2023, hal 346.
- Gunawan Imam, Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hal. 217.
- Gunawan Imam, Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hal.221.
- Ibrahim Muh Nur Eli. 2021. *Produk Kreatif dan Kewirausahaan akutansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi, hal 65
- Indriyani, Ratih, Atita Suri. 2020. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 14, hal 27.
- Irianto Kartika Dewi, Anjar Kususiyanah, dkk. (2024). *Hukum Bisnis Di Era Digital*. Padang: CV Gita Lentera
- Istiqomah Nur Azizah, Motif Penggunaan Instagram Barika Boutique Sebagai Media Promosi, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2022), hal 10.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, dalam <https://quran.kemenag.go.id> diakses pada tanggal 17 Oktober 2024.
- Latifah Nurul, Saluran Distribusi dan Daya Beli Masyarakat Terhadap Volume Penjualan, Vol IV, Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi, 2022, hal 248.
- Latuconsina, Hudaya; Sofian. 2024. *Manajemen Strategi*. Tangerang: Berkah Aksara Cipta Karya.
- Lestari Ayuk Sri, Novita Wahyuningsih, dkk, Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyanan, Vol II, Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian, 2022, hal 891.
- Lubis Siti Aisyah, Perancangan Media Promosi Produk Sembako UD. Boru Lubis Berbasis Animasi 3D Menggunakan Karakter Metode Lowpoly, Vol VI, Jurnal ilmu Komputer dan Algoritma, 2022, hal 17.
- Martiah Anisa dan Meirani, Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Volume Penjualan di Home Shop Gibran Collection, Vol II, Jurnal Economic Edu, 2022, hal 61
- Masri Singarimbun dan Efendi Sofran, Metode Penelitian Survey (Jakarta:LP3ES,1995), hal 46.
- Moleong Lexy J, 2009, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal 186.

- Moleong Lexy J, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015), hal. 127.
- Muhiban Ayi dan Ade Wartono, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mexalminuz Clothing di Kudus (Studi Kasus: Penggunaan Media Sosial Facebook dan Instagram)*, Vol VI, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 2022, hal 267
- Muhyidin. Ahmad; Suparjo Adi Suwarno. 2024. *Utilisasi Media Sosial Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Batu Bata Barokah di Desa Sumberpakem Kec. Sumberjambe Tahun 2023*. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, Vol VI (1), hal 23.
- Muttaqin, Faisal; Evan Stiawan. 2023. *Turbulensi Marketing*. CV. Sinar Jaya Berseri.
- Nasution S, *Metode Penelitian Naturalitik Kuantitatif* (Bandung: Tarsito, 1999), hlm. 127
- Novianto, Y H Suprianto, dkk, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi*, Vol I, *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat*. 2022, hal 9.
- Nurussofiah Febi Fatlika, Ummul Karimah, dkk, *Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online di Era Globalisasi*, Vol I, *Development*, 2022, hal 132.
- Ompusunggu Dicky Perwira; Selfi Anggriani Saputri, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Kosmetik HI Makeup di Kota Palangkaraya*, Vol III, *Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 2023, hal 102.
- Priadana Sidik, Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang, Pascal Books, 2021), hal 25.
- Putri Vanya Karunia Mulia, *Media Promosi: Definisi dan Jenis-Jenisnya*, <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/31/110000969/media-promosi--definisi-dan-jenis-jenisnya?page=all>, diakses pada tanggal 13 November 2023, pukul 13.55.
- Rachmawaty Asye, *Oprimasi Media Sosil Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar*, Vol VIII, *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2021, hal 35.
- Rahardi Teddy, Irwan Christanto Edy, dkk, *Pemasaran dengan Media Sosial Tik Tok Bagi Kelompok Petani Kopi Lawu Tawamanggu dalam Upaya Meningkatkan Volume penjualan*, *IKBP Bukit Pengharapan Tawamanggu*.
- Rahmayani Melia Wida, *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas*, Nita Hernita, dkk, Vol XIV, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2023, hal 135
- Ramadhan Rizky Thyto dan Yanda Bara Kusuma, *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan*

- Volume Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya), Vol IV, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 2023.
- Ramdan Andry Mochamad, Muhammad Fikri Maulana, dkk, Analisis Konten Marketing Media Sosial Titok Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Bittersweet By Najla, Vol IV, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2022, Hal 5.
- Rangkuti Freddy, Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis kasus Integrated Marketing Communication, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal 207.
- Regita Lailia, Vania; Jojok Dwiridotjahjono. 2023. Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMSC)*, Vol I (2), hal 1
- Satori Djam'an, Aan Komariah, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung : Alfabeta, 2010), hal. 164.
- Subagiyo Rohkmat. Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan (Jakarta:Alim Publishing Jakarta. 2017) hal 207.
- Subroto Subino Hadi, Pokok-Pokok Pengumpulan Data, Analisis Data, Penafsiran Data dan Rekomendasi Dalam Penelitian Kualitatif (Bandung : IKIP, 1999) hlm.17
- Sudjana Nana, Penelitian dan Penilaian (Bandung: Sinar Baru 1989), Hal 84
- Sugiyono, Metodologi Penelitian Administrasi, (Bandung: CV Alfabeta,1998), hlm.300
- Suhairi, Raudatun Sumi, Lestari Perdana Putri, dkk, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pendorong Pemasaran Global Untuk Meningkatkan Produksi (Studi Kasus Media Sosial TikTok), Vol I, *Jurnal Nusantara Berbakti*, 2023, hal 40.
- Tanzeh Ahmad, Pengantar Metode Penelitian, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 57.
- Ulfatin Nurul, Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya, Edisi Ketiga, (Malang, Media Nusa Creative, 2015), hal 33.
- Usman Hasan dan Purnomo Setiadi Akbar, Metodologi Penelitian Sosial. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal. 85-89.
- Veneranda Rini Hapsari, Usman, dkk. 2024. *Ekonomi Digital*. Sumedang: CV Mega Press Nusantara, Hal 49-50
- Wahyu, Pamungkas Fariz; Budi Rismayadi; dan Neni Sumarni. 2023. Peran Promosi Online Coffee Shop Yutabar Dalam Meningkatkan Penjualan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol IV (6), hal 9425.
- Waluya Bagja, Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat, (Bandung, PT Setia Puma Inves, 2007), hal 79.

Widnyani, Ni Made, Vitalia Fina Carla Rettobjaan, A. A. Ngurah Bagus Aristayudha, dkk. 2023. Media Sosial Sebagai Alternatif Dalam Peningkatan Penjualan UMKM di Kota Denpasar. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, Vol IV (1), Hal 55.

Zikri, Aldyza Alva; Rahmat Saleh; dan Zakirah Azman. 2021. Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @baksopaknu), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, Vol VI (3).

Rujukan dari internet

Anindyaa. *Apa aitu WhatsApp? Pengertian, Sejarah, Fungsi dan Kelebihan*. Diakses Pada Tanggal 1 Desember 2023 pukul 14.35, <https://idmetafora.com/news/read/3036/Apa-itu-WhatsApp-Pengertian-Sejarah-Fungsi-dan-Kelebihan.html>.

Zakawali Gifari, Ini 5 Manfaat Sosial Media untuk Bisnis, Wajib Tahu!, <https://store.sirclo.com/blog/manfaat-media-sosial-untuk-bisnis/>, Diakses pada tanggal 14 November 2023, pukul 13.17.

Rujukan dari wawancara

- 1) Wawancara dengan Kak Nora selaku owner Mommafood, tanggal 10 Mei 2024
- 2) Wawancara dengan Mbak Ika selaku owner Pawon Ibuk, tanggal 16 Mei 2024
- 3) Wawancara dengan Kak Afifah selaku konsumen 1 Mommafood, tanggal 13 Mei 2024
- 4) Wawancara dengan Kak Mita selaku konsumen 2 Mommafood, tanggal 13 Mei 2024
- 5) Wawancara dengan Kak Irma selaku konsumen 3 Mommafood, tanggal 13 Mei 2024
- 6) Wawancara dengan kak Tika selaku konsumen 4 Mommafood, tanggal 30 Juni 2024

- 7) Wawancara dengan Kak Nissa selaku konsumen 5 Mommafood, tanggal 30 Juni 2024
- 8) Wawancara dengan Kak Sri selaku konsumen 1 Pawon Ibuk, tanggal 17 Mei 2024
- 9) Wawancara dengan Kak Mala selaku konsumen 2 Pawon Ibuk, tanggal 17 Mei 2024
- 10) Wawancara dengan Kak Ayu selaku konsumen 3 Pawon Ibuk, tanggal 20 Mei 2024
- 11) Wawancara dengan Kak Nurjana selaku konsumen 4 Pawon Ibuk, tanggal 28 Juni 2024
- 12) Wawancara dengan Kak Eka selaku konsumen 5 Pawon Ibuk, tanggal 28 Juni 2024