

DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Qodir, M. Ramli. "Media Sosial (Definisi, Sejarah, Dan Jenis-Jenisnya)." *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 3, no. 6 (2024): 2715–20.
- Afnibar, Dyla Fajhriani. "Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Antara Dosen Dan Mahasiswa Dalam Menunjang Kegiatan Belajar." *DedikasiMU : Journal of Community Service* 3, no. 4 (2021): 1139.
- Ageng, Dwi, Setyawan Nurul, Ila Sari, Iza Auhaina, Kuswindari Diana, Etika Sari, Izza Sakhara, et al. "Optimalisasi Media Sosial Terhadap Pemasaran Di Usaha Mikro Kecil Menengah." *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* 16, no. 1 (2020): 37–46.
- AI Agustina. "Metode Penelitian." *Metode Penelitian*, 2022, 32–41.
- Anastasya, Annisa. "Data UMKM, Jumlah Dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia." UKMINDONESIA.ID, 2023.
<https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>.
- Andriana, Maretha. "Merangkai Kata Di Atas Fudgy Brownies, Kreasi Manis Andalan Masakan.Kuuu." *Liputan* 6, n.d.
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4702092/merangkai-kata-di-atas-fudgy-brownies-kreasi-manis-andalan-masakankuuu>.
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. *Digital Marketing. Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019). Vol. 11, 2020.*

http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SYSTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

Budi Dharma, Rukiana Hasibuan, Wiranti. “Analisis Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan Pada UMKM (Studi Kasus : Emir Roti).” *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)* 2, no. 1 (2022): 700–706.

Dara Rizkiyah. “Dampak Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Terhadap Keberlangsungan Bisnis Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Mikro Masyarakat Kecamatan Sukarame Bandar Lampung),” 2024.

Deltanes, Jenada. “Srategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Ayam Crispy Bakar (CRISBAR) (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Ayam Crispy Bakar (Crisbar) Melalui Teori Bauran Pemasaran 7P),” 2024, 1–23.

Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M.M. *Buku Komunikasi Pemasaran. Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. Vol. 6, 2020.

Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Jurnal Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.

Farisi, Salman Al, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. “Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84.

<https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>.

Fazrin, Erin, Suci Romadoni, M Caesar Noris, and Herlina Yuliarti. “Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM (Studi Kasus Produk Makanan Mille Crepes Palace Di Kutabumi Pasarkemis).” *Al-DYAS Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2023): 41–50.

<https://doi.org/10.58578/alldyas.v3i1.2353>.

Gunawan, Akhmad. “Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022.” *Jurnal PBM: Pengembangan Bisnis Dan Manajemen* 23XXIII, no. 43 (2023): 95–109.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya. *Buku Metode Penelitian Kualitatif. Revista Brasileira de Linguística Aplicada*. Vol. 5, 2020.

Imaniar, Niar, Andri Indrawan, and Risma Nurmilah. “Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Kotor (Studi Kasus Pada Home Industry Kopi Karuhun).” *Jurnal Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, no. September (2020): 583–91.

Lestari, Rista Dwi, and Saifuddin Zuhri. “Strategi Komunikasi Pemasaran Trialista Beauty Dalam Meningkatkan Penjualan.” *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal* 5, no. 3 (2022): 935–51. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1645>.

Lidiana, Ela Elliyana, Tri Siwi Agustina Yeni Sedyoningsih, Habibie Kadir Abdurohim, Bayu Imanuddin E. Elia Ardyan, YulianI Lili Marlinah, H. Mohdari

- H. Gazali, and Febrisi Dwita Siswati Rachman. *Dasar-Dasar Pemasaran. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat, 2022.*
- Lubis, Wahya, and Andang Fazri. “Proses Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Dalam Pembentukan Personal Brand Sebagai Strategi Penjualan Produk Umkm (Studi Deskriptif Pada Umkm Cake By Nadia).” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 11, no. 2 (2022): 359–71. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.15832>.
- Mouwn Erland. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin, 2020.*
- Novartiha. “Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Ana Banana Dalam Meningkatkan Penjualan,” no. 5796 (2023): 26–27.
- Nurasyiah, Mila Sari, and Uus Mohammad Darul Fadli. “Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Umkm Warung Jepang Mami Ale Telagasari.” *PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 3 (2023): 322–30. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.151>.
- Nurfadilah, Fitri, Arreihan Al Febrian, Argiansyah Nurul Alfath, Zikri Fachrul Nurhadi, and Kata Kunci. “Strategi Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri Asha Leather Garut.” *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia* 2, no. 10 (2023): 2109–12.
- Nurlela, Ine Anggraini. “Peran Komunikasi Pemasaran Dalam UMKM : Pembelajaran Untuk Pemberdayaan UMKM Kelompok Wanita Tani Di Pedesaan.” *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Pengembangan Masyarakat Islam* 16, no. 2 (2022): 79–88.

Oktasari, Desi. “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Vien’s Selat Solo Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen” VIII, no. I (2023): 1–19.

Pratiwi, Aprilyanti, Nazhifa Kamila, and Winda Haifa. “Komunikasi Pemasaran Digital Produk Cake and Cookies Dalam Meningkatkan Penjualan Komunitas Umkm.” *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6, no. 1 (2023): 72–84.
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2479>.

Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret.” *Jurnal Sains Manajemen* 7, no. 2 (2021): 101–12. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>.

Putra, Gegana Agung. “Urgensi Adaptasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Bisnis Dan UMKM Di Indonesia.” Cakaplah, 2023.
<https://www.cakaplah.com/berita/baca/99927/2023/06/27/urgensi-adaptasi-strategi-komunikasi-pemasaran-digital-untuk-bisnis-dan-umkm-di-indonesia#sthash.KxWbSRwQ.dpbs>.

Qomaruddin, Halimah Sa’diyah. “Kajian Teoritis Tentang Teknik Analisis Data Dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles Dan Huberman.” *Journal of Management, Accounting and Administration* 1, no. 2 (2024): 77–84.

Rahmi, Mira. “Usaha Umkm Kuliner.” *Jurnal JPM* 1, no. 1 (2021): 5–14.
<https://doi.org/10.59818/jpm>.

Ramdani, Nanang Gustri, Nisa Fauziyyah, Riqotul Fuadah, Soleh Rudiyono, Yayang Alistin Septiyaningrum, Nur Salamatussa’adah, and Aida Hayani. “Definisi Dan

- Teori Pendekatan, Strategi, Dan Metode Pembelajaran.” *Indonesian Journal of Elementary Education and Teaching Innovation* 2, no. 1 (2023): 20.
[https://doi.org/10.21927/ijeeti.2023.2\(1\).20-31](https://doi.org/10.21927/ijeeti.2023.2(1).20-31).
- Safrudin, Rizal, Zulfamanna, Martin Kustati, and Nana Sepriyanti. “Penelitian Kualitatif.” *Journal Of Social Science Research* 3, no. 2 (2023): 1–15.
- Sapriannur Hutagalung, Annisa, and Muhammad Syahminan. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Studi Kasus PT. Nazar Paint Cabang Cat Kiloan Sibolga.” *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2024): 53–70.
- Susanto, Daniel. “Model Aisas Untuk Memetakan Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Kualitas Konten Tiktok #Racunshopee.” *Https://E-Journal.Uajy.Ac.Id/25747/*, 2021, 45–53. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/25747>.
- Tanjung, Rosdiana Putri. “Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Beiersdorf Indonesia Cabang Palembang (Nivea) Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Kelurahan Sako Kecamatan Sako Kota Palembang.” *Repository UIN Raden Fatah Palembang*, 2019, 18–40.
- Topik, Rahmat. “Srategi Komunikasi Asosiasi Wartawan Profesional Indonesia (AWPI) DPC Kota Metro Dalam Menanggulangi Keberadaan Wartawan Bodrex,” 2023.
- Tulusan, Theresia, Patricia Jeaneth, and Cyntia Kojongian. “Strategi Pemasaran Digital

Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Pengrajin Gula Aren Di Desa Kalait Dua Kab . Minahasa Tenggara).” *YUME : Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 1306–12.

Utama, Arief Mulya, and Nunung Sanusi. “Strategi Komunikasi Pemasaran Martabak Mertua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan.” *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi)* 2, no. 2 (2021): 69.
<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.2.1114>.

Vinatra, Satriaji, Administrasi Bisnis, Upn Veteran, and Jawa Timur. “Peran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat.” *Jurnal Akuntan Publik* 1, no. 3 (2023): 1–08.
<https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>.

Wibowo, Cristian S. S., Bunga Markus, S. Neno Marianus, and Fanggidae Apriana H. J. “Strategi Pemasaran Tenun Ikat (Studi Kasus Pada Kelompok Tenun Ikat Yakobus Di Kawasan Fatumnasi , Kabupaten Tts),” 2013, 1047–59.