

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama, 1997.
- Abdillah, Leon A. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing, 2022.
- Aini, S. N. “Efektifitas Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial: Studi pada Akun Instagram Mikhayla_Shop.” Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2024.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Edisi Kementerian Agama Republik Indonesia. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2022.
- Alfina, S., and M. A. F. Habib. “Peran Pemasaran Media Sosial dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Ohpolaroid.id Tulungagung.” Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2023.
- Alma, B. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Alma, B. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Arif, M. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Reneka Jaya, 2006.
- Armstrong, A., and P. Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. 12th ed. Translated by Alexander Sindoro. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Arofah, Lailatul. “Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Jumlah Konsumen di Titik Balik Coffee Shop Kabupaten Jember.” Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.
- Aryansyah, A. F., et al. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Kota Pangkalpinang.” Bangka Belitung: Universitas Bangka Belitung, 2023.
- Assauri, S. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Astuti, R., and D. Dwiartanto. “Strategi Promosi UMKM Berbasis Media Sosial dan Hubungan Sosial.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 68, no. 1 (2019).
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis Chadwick. *Digital Marketing*. 7th ed. Translated by R. Sutanto. Jakarta: Salemba Humanika, 2019.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. 4th ed. Translated by Achmad Fawaid and R. Kholid A. Syamhudi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Dewi, R., A. Wicaksana, and S. Rahmawati. “Pengaruh Kecepatan Respon Media Sosial terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Manajemen Pelayanan* 5, no. 2 (2021).

- Fadhilah, S. "Implementasi Digital Marketing Melalui Social Media sebagai Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pelaku Usaha Pemula: Studi Kasus Toko Online Sadrathrifting." Yogyakarta: Pascasarjana ISI Yogyakarta, 2024.
- Fitriyani, S. "Kendala Distribusi pada UMKM Berbasis Online." *Jurnal Logistik dan Bisnis* 3, no. 2 (2021).
- Gunawan, A. B. "Pengaruh Media Sosial terhadap Peningkatan Brand Awareness UMKM." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 15, no. 1 (2020).
- Hadriani. "Analisis Strategi Lokasi dan Penyampaian Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Usaha Mikro Menengah." *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis* 8, no. 2 (2020).
- Hafsah, H., and Z. Willyansah. "Pemanfaatan Internet pada Smartphone dalam Mendukung Kegiatan Bisnis Online di Lingkungan Arisan RT." *Journal of Computer Science Community Service* 1, no. 2 (2021).
- Handayani, M., A. Pramudito, and S. Yunita. "Strategi Penetapan Harga pada UMKM Konveksi Berbasis Biaya dan Nilai." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Mikro* 6, no. 3 (2021).
- Handayani, T. D., and R. P. Putri. "Efektivitas Media Sosial sebagai Saluran Distribusi Langsung pada UMKM." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 8, no. 2 (2022).
- Hasan, A. "Kendala Inovasi pada UMKM Sektor Jasa Menengah." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 17, no. 1 (2017).
- Howard, Philip N., and Malcolm R. Parks. "Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence." *Journal of Communication* 62, no. 2 (2012).
- Hutahaean, J., et al. *Literasi Digital Bijak dalam Berekspresi dan Bermedia Sosial*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Irianto, S. *Metode Penelitian Hukum: Konsentrasi dan Refleksi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2009.
- Ismail, N., and A. Saad. "Pricing Flexibility and Customer Satisfaction in Small Business Context: Evidence from Tailoring Services." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 25, no. 3 (2021).
- K., Daniel Iman, et al. "Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional: Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 24, no. 1 (2015).
- Khan, Gohar F. *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. New York: Routledge, 2017.

- Khan, Gohar F. *Strategi Media Sosial untuk Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Digital*. Translated by Nurudin and M. Dzulqornain. Yogyakarta: Andi Offset, 2020.
- Komang A., Kadek W., and Ni Ketut. "Peranan Media Sosial *WhatsApp* dalam Komunikasi Masyarakat di Desa Joanyar." Accessed October 23, 2025. <https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id>.
- Kotler, P., and Armstrong. *Principles of Marketing*. 17th ed. Translated by Damos Sihombing. New Jersey: Pearson Education, 2018.
- Kotler, P., and Armstrong. *Principles of Marketing*. 17th ed. Translated by Endang Sri Wahyuni. Jakarta: Erlangga, 2017.
- Kotler, P., and K. Keller. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed., vol. 1. Translated by Bob Sabran. Jakarta: Indeks, 2009.
- Kotler, P., and K. Keller. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Translated by Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, P., and K. Keller. *Marketing Management*. 15th ed. England: Pearson Education Limited, 2016.
- Kotler, P., and K. Keller. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.
- Kotler, P., and K. L. Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education Limited, 2016.
- Kotler, P., Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken: Wiley, 2017.
- Kumar, R., R. Sharma, and S. Dixit. "Pricing Strategies in the Service Sector: A Study on Tailoring Services." *International Journal of Business and Management Invention* 8, no. 1 (2019).
- Lady, D., and Meiva Eka S. "Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi pada MIN 18 Jakarta." *Jurnal Widya Cipta* 2, no. 1 (2018).
- Lailia, Vania Regita, and Jojok Dwiridotjahjono. "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Arunazma." Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional, 2023.
- Lamb, Charles W., et al. *Pemasaran*. 1st ed. Translated by Damos Sihombing. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Lestari, A., and Wahyuni. "Strategi Pemasaran Produk Kustomisasi dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 8, no. 1 (2022).
- Lestari, M. A., and A. Prasetyo. "Efektivitas Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Produk UMKM." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9, no. 1 (2021).

- Lestari, M. D., et al. "Strategi Pemasaran Digital Agribisnis Kopi Robusta (Coffeacanephora) sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Petani Kopi di Kabupaten Tulungagung." Tulungagung: Universitas Tulungagung, 2025.
- Levitt, Theodore. *Marketing Imagination*. Translated by Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Levitt, Theodore. *The Marketing Imagination*. Translated by Alexander Sindoro. Jakarta: Prenhallindo, 1999.
- Lovelock, Christopher, and Jochen Wirtz. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 7th ed. Translated by Diah D. Laksmi. Jakarta: Indeks, 2011.
- Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2nd ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Maria, N. S. B., and Tri Widiati. "Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi." *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 6, no. 2 (2020).
- Mauludin, M. A., et al. "Cerdas dan Bijak dalam Memanfaatkan Media Sosial di Tengah Era Literasi dan Informasi: Studi Kasus di Kecamatan Cilaku Kabupaten Cianjur Propinsi Jawa Barat." *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* 6, no. 1 (2017).
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode*. 5th ed. Translated by Tjetjep Rohindi Rohidi. Jakarta: UI Press, 2023.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rev. ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Monroe, Kent B. *Pricing: Making Profitable Decisions*. Translated by R. Sihombing. Jakarta: Salemba Empat, 2005.
- Mulyana, D. "Peran Media Sosial dalam Saluran Distribusi UMKM Sektor Fashion." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 1 (2021).
- Mursidah, and A. Halim. "Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Loyalitas Konsumen pada UMKM." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* 10, no. 2 (2022).
- Nasution. "Strategi Penetapan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Usaha Mikro." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 6, no. 2 (2020).
- Nugroho, A. *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika, 2006.
- Nurhadi, A., and R. Safitri. "Strategi Konten Promosi UMKM di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Digital* 3, no. 1 (2022).
- Patton, M. Q. *Metode Evaluasi dan Riset Kualitatif*. 5th ed. Translated by Edy Suandi Hamid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022.

- Prasetyo, A. W., and E. Yulianto. "Pengaruh Strategi Diskon terhadap Loyalitas Konsumen pada UMKM." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9, no. 6 (2020).
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi: Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House." *Jurnal Common* 3, no. 1 (2022).
- Puspitasari, D. "Keterlibatan Konsumen dalam Proses Produksi dan Dampaknya terhadap Loyalitas." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 5, no. 3 (2021).
- Putri, A., and H. Susanto. "Kebijakan Harga UMKM dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 8, no. 2 (2020).
- Putri, S. R., and R. Hidayat. "Pengaruh Testimoni Pelanggan terhadap Minat Beli di Media Sosial." *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen* 10, no. 1 (2023).
- Rachmad. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Rahmawati, D. "Peran Word of Mouth dalam Pengembangan UMKM di Wilayah Perkotaan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 9, no. 2 (2020).
- Rosenbloom, Bert. *Marketing Channels*. 8th ed. Cengage Learning, 2012.
- Santoso, M., and S. Harahap. "Respons Cepat di Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Manajemen Pelayanan* 7, no. 2 (2022).
- Saputra, R. F. R., and Mirnayanti S. "Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Happinest Tanjung Kabupaten Tabalong." Tanjung-Tabalong: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong, 2024.
- Sari, D. P., and F. Kusuma. "Strategi Promosi Melalui Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 8, no. 2 (2021).
- Schifman, Leon G., and Leslie Kanuk. *Perilaku Konsumen*. 10th ed. Translated by R. Sutanto. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Setiawan, A., and B. Raharja. "Analisis Strategi Penetapan Harga Berbasis Nilai pada UMKM Kuliner." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no. 9 (2017).
- Siregar, L. R., and D. Rosanti. "Word of Mouth sebagai Strategi Promosi UMKM Sektor Jasa." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 9, no. 2 (2020).
- Soehartono, Irawan. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Ilmu Kesejahteraan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Stanton, William J. *Prinsip Pemasaran*. Vol. 1. Jakarta: Erlangga, n.d.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, n.d.

- Suharto, B. "Ketidakseimbangan Harga dalam Usaha Mikro Menengah: Studi Kasus UMKM Sektor Konveksi." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 9, no. 1 (2019).
- Supriono. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 1985.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT Salemba Empat, 2003.
- Suryani, T. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Susanto, H., A. Wibowo, and I. Putra. "Efektivitas Promosi Digital dalam Meningkatkan Penjualan Produk Lokal." *Jurnal Ekonomi Digital* 3, no. 1 (2022).
- Swastha, Basu, and Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Syafrizal, M., and F. Syarif. "Efektivitas Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM." *Jurnal Komunikasi dan Bisnis* 8, no. 1 (2021).
- Syahrudin, M., and D. Rahmawati. "Analisis Kesiapan Sumber Daya Manusia dalam Pengembangan UMKM di Bidang Fashion." *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 9, no. 2 (2021).
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Yogyakarta: Andi, 2019.
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2014.
- Utami, Candra Dyah, and Ajeng Wahyuni. "Implementasi Experiential Marketing dan Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Sejahtera Hati Warung Kopi Madiun." Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022.
- Uyun, Niken Dima Nur, and Jojok Dwiridotjahjono. "Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan." Banten: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2022.
- Wahyuni, S., and A. Zulkarnain. "Strategi Penetapan Harga pada UMKM di Sektor Jasa: Studi pada Pelaku Usaha Konveksi." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, no. 2 (2021).
- WhatsApp Inc. "Tentang WhatsApp Business." Accessed April 22, 2025. <https://www.whatsapp.com/business/>.
- Wibowo, H. "Pengaruh Identitas Visual terhadap Persepsi Kualitas Produk UMKM." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9, no. 2 (2020).
- Windyaningrum, T. L. Ariyani, V., and D. Kurniawati. "Pemanfaatan Facebook untuk Pemasaran Produk Usaha Jahit Rumahan Kota Madiun Berbasis Model AIDA." *Jurnal Widya Warta*, no. 2 (2019).

- Wulandari, E., and S. Fatimah. "Pengaruh Komunikasi Visual di Media Sosial terhadap Persepsi Kualitas Produk Jasa." *Jurnal Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta* 13, no. 1 (2021).
- Wulandari, R. "Pemanfaatan Media Sosial pada UMKM dan Kendalanya dalam Strategi Promosi." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (2020).
- Zulkarnain. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Interaksi Pelanggan dalam Pengembangan Produk UMKM." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 6, no. 2 (2020).