

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*, 31(2018), 1673-1689.
- Andreya, E. (2022, October 10). *UMKM Virtual Expo 2022, Kembangkan Peluang Pasar di Era 4.0*. Aptika Kominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/umkm-virtual-expo-2022-kembangkan-peluang-pasar-di-era-4-0/>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Arikunto, S. (2021). *Penelitian tindakan kelas: Edisi revisi*. Bumi Aksara.
- ASEAN Investment Report. (2022, October 11). *Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia. (2021). *Survei Profil Internet Indonesia 2021*. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Laporan-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*, 1, 1-4.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022, March 30). *Mayoritas Industri Mikro-Kecil Bergerak di Sektor Makanan*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/mayoritas-industri-mikro-kecil-bergerak-di-sektor-makanan>
- Blakeman, R. (2018). *Integrated marketing communication: creative strategy from idea to implementation*. Rowman & Littlefield.
- Confetto, M. G., Conte, F., Vollero, A., & Covucci, C. (2020). From dual marketing to marketing 4.0: the role played by digital technology and the internet. In *Beyond Multi-Channel Marketing*. Emerald Publishing Limited.
- Darmiyati Zuchdi, E. D., & Afifah, W. (2021). *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika Dalam Penelitian* (Vol. 314). Bumi Aksara.
- Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A., & Prado-Roman, C. (2019). Research challenges in digital marketing: sustainability. *Sustainability*, 11(10), 2839.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil. (2021). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kategori Usaha di Jawa Barat*. Open Data Jabar. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kategori-usaha-di-jawa-barat>
- Farhat, L. (2020). Keputusan Pembelian Online. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1), 51-60.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June).

- Goldberg, M. H., Gustafson, A., & Van Der Linden, S. (2020). Leveraging social science to generate lasting engagement with climate change solutions. *One Earth*, 3(3), 314-324.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 111-122.
- Hollensen, S., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2022). Metaverse—the new marketing universe. *Journal of Business Strategy*.
- James, L. (2021). Systems of Communication: Aspects of Culture and Structure in Speech Surrogates. *Frontiers in Communication*, 6, 653268.
- Kartajaya, H., Setiawan, I., & Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Katadata Insight Center. (2021). *60 Persen Gen Z Memiliki Indeks Literasi Digital Tinggi*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/60-persen-gen-z-memiliki-indeks-literasi-digital-tinggi>
- Katadata Insight Center. (2021). *Survei Perilaku Keuangan Generasi Z*. <https://kic.katadata.co.id/insights/33/survei-perilaku-keuangan-generasi-z>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*.
- Kemp, E., Porter III, M., Anaza, N. A., & Min, D.-J. (2021). The impact of storytelling in creating firm and customer connections in online environments. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Konsumen, P. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dengan. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan*, 2003(1), 1–5. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWxrKeif7eAhVYfysKHcHWAOWQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ojk.go.id%2Fid%2Fkanal%2Fpasar-modal%2Fregulasi%2Fundang-undang%2FDocuments%2FPages%2Fundang-undang-nomo>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit. In *Marketing wisdom* (pp. 139-156). Springer, Singapore.
- Kotler, P. (2020). Marketing and value creation. *Journal of Creating Value*, 6(1), 10-11.

- Kusumasondjaja, S., & Tjiptono, F. (2019). Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram. *Internet Research*.
- Leon G., Schiffman, & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson..
- Lopes, A. R., Porto, I. P. A. M., & Casais, B. (2022). Digital Content Marketing: Conceptual Review and Recommendations for Practitioners. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1-17.
- Moleong, L. J. (2018). Metode penelitian kualitatif, cetakan ke-37. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moran, G., Muzellec, L., & Johnson, D. (2019). Message content features and social media engagement: evidence from the media industry. *Journal of Product & Brand Management*.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., Kleiser, S. B., Mothersbaugh, L. L., & Watson, C. F. (2020). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. New York, NY, USA: McGraw-Hill Education.
- Octavia, G., & Sari, W. P. (2018). Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22 Consulting. *Prologia*, 2(2), 339-346.
- Pemerintah Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 086507, 1–121.
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma Interpretif 2018 Mudjia Rahardjo*.
- Semarang, P. (2021). *Klasifikasi UMKM Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008*. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Semarang.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish
- Schiffman, L., & Wisenbit, J. L. (2015). *Consumer Behavior: Eleventh Edition*. United States of America. Pearson Education.
- Semarang, P. (2021). *Klasifikasi UMKM Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008*. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Semarang.
- Snowden, D. J., & Boone, M. E. (2007). A leader's framework for decision making. *Harvard Business Review*, 85(11), 68.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)* (Sunarto, Ed.; Kesatu). ALFABETA.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Dr. Ir. Sutopo, Ed.; Kedua). ALFABETA.

- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57.
- Umami, Z., & Darma, G. S. (2021). Digital Marketing: Engaging Consumers With Smart Digital Marketing Content. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(2), 94–103. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.2.94-103>
- Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Sunarsi, D., Prasada, D., Setyawati, L., Lutfi, A. M., & Akbar, I. R. (2020). *Digitalisasi UMKM*. Insan Cendekia Mandiri.
- Witjaksono, G. (2020, June 19). *Rumah Kreatif BUMN Untuk Pembinaan UMKM*. Media BUMN. <https://mediabumn.com/rumah-kreatif-bumn-untuk-pembinaan/>
- Yati, R. (2022, May 13). *Awas! Ini Masalah yang Mengintai Usai UMKM Go Digital*. Ekonomi Bisnis.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28-38.