

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, D. (2021). *PENGEMBANGAN UMKM Kebijakan, Strategi, Digital Marketing, dan Model Bisnis UMKM* (Rachmi, Ed.). PT Refika Aditama.
- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (E. D. Lestari, Ed.). CV Jejak.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857#:~:text=Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%2C%20jumlah,ke%20internet%20pada%20tahun%202021](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857#:~:text=Internet%20Indonesia%20(APJII)%2C%20jumlah,ke%20internet%20pada%20tahun%202021)
- Aurellia, A. (2022, May 27). *Bangga! Bandung Masuk Daftar Kota Kuliner Terbaik di Asia*. *Baca artikel detikjabar, "Bangga! Bandung Masuk Daftar Kota Kuliner Terbaik di Asia"*. Detikjabar. <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6097849/bangga-bandung-masuk-daftar-kota-kuliner-terbaik-di-asia>
- Azzahro', S., & Qomariyah, S. N. (2021). *Pemasaran Online pada Instagram ADS dan Facebook ADS Batik : Studi Kasus pada Batik Sekar Jati Star Desa Jatipekem Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang* (Zulfikar, Ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Chandra, F. (2021). *Social Media Marketing* (Nusa, Ed.). DIVA Press.
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Penerbit Gunung Samudera.
- Departemen Komunikasi. (2022, May 25). *KONSUMENNYA SAJA SUDAH DIGITAL, UMKM-NYA JUGA DONG!* Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Konsumennya-Saja-Sudah-Digital-UMKM-nya-Juga-Dong.aspx>
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM* (G. D. Ayu & M. Muarifah, Eds.). PENERBIT DEEPUBLISH.
- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *MARKETING COMMUNICATIONS discovery, creation and conversations* (Seventh Edition). Pearson Education Limited.
- Hadi, A. P., & Suyono, H. (2019). *DARI DESA MEMBUKA DUNIA* (D. Noviansyah, Ed.). Pusat Data dan Informasi Badan Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, dan Informasi Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi.
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, N. (n.d.). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17, 2021. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Karin, C., & Abner, R. P. (2022). *Strategy for Using Instagram as a Digital Marketing Communication Media to Increase MSME Product Sales*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5245>
- Kasmirada, I. G. K. S., & Wahyuni, I. I. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Brand AUM Apparel pada Media Sosial Instagram I Gede Ketut Suntabisena Kasmirada 1 , Itca Istia Wahyuni 2*.

- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi. (2018). 247 EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM PADA UMKM SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i1.2738>
- Koesomowidjojo, S. R. M. I. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi* (I. Amiatun, Ed.). Penerbit Bhuana Ilmu Populer.
- Kustiyahningsih, Y., Anamisa, D. R., Hasbunallah, M., Rahmanita, E., & Purnama, J. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place*. Media Nusa Creative.
- Lisita, I. T., Prinsloo, J. J., & Pelser, T. (2015). Strategic Marketing Communication: The Case For SMME Development. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 13(1), 27. <https://doi.org/10.19030/jber.v13i1.9077>
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern* (Sambilegi Editorial Agency, Ed.). Penerbit Cakra Ilmu.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. ALFABETA.
- Manzilati, A. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: Paradigma, Metode, dan Aplikasi* (Tim UB Press, Ed.). Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Moleong, L. J. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF edisi revisi* (I. Taufik, Ed.; revisi). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nugroho, C. (2020). *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Distrupsi Informasi* (Rendy & Mia, Eds.). Kencana Prenadamedia Group.
- Puspita, R., Universitas, T., Nasional, P., Veteran, ", Timur, J., Jayanti, E., Universitas, W., Tri, S., Murti, R., Pembangunan, U., & Veteran, N. ". (2021). The Use of Instagrams as A Digital Communication Media by Holyspicy in The Covid-19 Pandemic. *Metafora: Education, Social Sciences and Humanities Journal*, 5(1), 2407–1757.
- Resky, K., Sucipto, R., & Fauziah Yahya, A. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram @subway.indonesia*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media*. PT Elex Media Komputindo.
- Sari Kurniawan, M. (2021). International Journal of Social Science and Business: Point Coffee's Digital Communication Strategies Through Post Feeds Instagram @Pointcoffeid. *International Journal of Social Science and Business*, 5(4), 528–536. www.instagram.com/pointcoffeid
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(Februari), 125–136. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Soemanagara, Rd. (2016). *Strategic Marketing Communication*. ALFABETA.
- Subakti, H., Putranti, E. C., Hudzafidah, K., Yuliani, R., Musyarofah, S., Alfiah, S., Widaryanti, Hayati, N., Bintari, V. I., Nuswantara, D. A., Anggota, A., Krisprimandoyo, D. A., Klaudia, S., Hariyati, & Amalo, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (S. Bahri, Ed.). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif* (S. Y. Suryandari, Ed.; 3rd ed.). ALFABETA.

- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia Isu-Isu Penting* (Y. S, Ed.). Penerbit LP3ES, anggota Ikapi.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. ALFABETA.
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Suwito, Ed.). Kencana Prenadamedia Group.