

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Arikunto, S. (2022), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Penerbit Rineka Cipta
- Fandy Tjiptono, A. D. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Fauzi, F., Dencik, Abdul Basyith., Asiati, Diah Isnaini. (2019). *Metode Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Sumatera Utara : Wal ashri Publishing
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Grasindo.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., (2018), *Principles of Marketing, 14th Ed*, Prentice Hall, Jakarta.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya dan Iwan Setiawan. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisioanl Ke Digital*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi : CV Al Fath Zumar.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhermin, & Rahmaniar. (2020). *Strategi Pemasaran Digital*. Yogyakarta : Deepublish.

Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta : PT. Buku Seru

**Jurnal :**

Ananda, A. S., Hernández-García, Á., & Lamberti, L. (2020). SME fashion brands and social media marketing : From strategies to actions. *International Journal of Web Based Communities*

Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital (T. Bahfiarti, Ed.). *Airlangga University*.

Aulia, A.L. (2019). PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH, DAN ELECTRONIC TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pengguna Marketplace Tokopedia di Wonogiri). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Untari, D & Fajariana, E.D, (2019). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*

Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*

Kurniawati, E., Chrissendy, M., & Saputra, D. (2022). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Pemasaran UMKM: Studi Kasus pada UMKM Makanan di Surabaya. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2022). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Loveable. *Jurnal Komunikasi*

- Maulya, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux . *Repository STIE Indonesia Jakarta*, 13.
- Muharam, A.N. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk “Boci Baso Aci” (Studi Kasus pada PT. AA MAPAN PERKASA Tahun 2020). *Repository Telkom University*
- Nurhaliza, S., & Suyanto, A. M. A. (2023). Analisis Hambatan Adopsi Digital Marketing pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*
- Pratama, B. P., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Penjualan UMKM. *Jurnal Mitra Manajemen*
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni.R (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*
- Rahayu, R., Aisyah, M. N., & Farida, I. (2023). E-commerce adoption and its impact on the performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Electronic Commerce Studies*
- Santosa, A.B., & Rianto, Y. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gphoto. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*
- Sari, P. K., Alamsyah, D. P., & Wibowo, S. (2021). Measuring the effectiveness of digital marketing for MSME products during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Data and Network Science*
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2020). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *ADBIS: Jurnal Administrasi dan Bisnis*

Sidabutar, A.F. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Es Teh Indonesia. *Repository Telkom University*

Susanto & Sari, A. (2020) Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Komunikasi*

Tran, L. T. T. (2022). Managing the effectiveness of e-commerce platforms in a pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*

Utami, F. A., & Cahyani, P. D. (2023). Kolaborasi dan Berbagi Pengetahuan Antar UMKM dalam Adopsi Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*

Wijaya, O., & Adisaputro, M. (2022). Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*

**Website :**

Kemp, S. (2023, Februari 09). *Digital 2023 : Indonesia*. From DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Statista. (2023). *Number of Instagram users in Indonesia from 2019 to 2023*. From Statista: <https://www.statista.com/statistics/1023159/instagram-users-indonesia/>