

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. (1997). *Dimensions of Brand Personality*.
- Afiyanti, Y. (2008). *Validitas dan Reliabilitas Dalam Penelitian Kualitatif*.
- Ajiva, O., Ejike, O., & Abhulimen, A. (2024). The Critical Role of Professional Photography in Digital Marketing for SMEs: Strategies and Best Practices for Success. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(8), 2626–2636. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i8.1410>
- Batubara, C., Safitri, D., Permata Sari, D., Tasya Luthfiah, H., & Utama Putra, B. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras. *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education*, 3(2), 420–427.
- David Khalik, M., & Santoso, B. (2024). Strategi Branding Foto Produk UMKM Dapur Darizka Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 545–550. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13897738>
- Delia, Sandy, M., Sefira, R., & Yulianto, A. (2020). *Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing (Study Kasus Pada Toserba Borma Majalaya)*.
- Dewi, L. K., Antari, S., & Yuni, H. K. (2022). Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 18, 2022. <https://doi.org/https://doi.org/10.31940/jbk.v21i1>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Furqorina, R., Triandika, L., Agusalm, M., Syarif, M., & Firdaus, M. (2023). Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 348–356. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>

- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. In *Journal of Community Services in Humanities and Social Sciences* (Vol. 3, Issue 2).
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). *UMKM dan Pembangunan*.
- Hidayat, K. (2024, December 26). *Strategi Branding: Membangun Identitas dan Citra yang Kuat untuk Bisnis*. Mekari Jurnal.
- Irawan, D., Anindia, Z. N., Zailani, A. D., Prameswari, L. D., & Putri, R. E. (2024). Pengaruh Branding dan Packaging Terhadap Minat Pembelian Produk UMKM Keripik Tempe Desa Tanjung Rejo Provinsi Lampung. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(4), 414–422. <https://doi.org/10.59025/hw62v887>
- Isnawati, S. I., Eko Budiyanto, A., & Ali, A. (2022). *Pelatihan Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Pada UMKM Kerajinan Tanduk Sapi Desa Pucang, Magelang* (Vol. 1).
- Istamarina, S., Anggraeni, E., & Astuti, D. (2025). Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Era Digital: Kajian Literatur Sistematis. *Journal of Business Economics and Management*, 01, 323–327.
- Kurniawan, M. P. (2019). *Foto Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Online Anggota L3M (Lifelong Learning Mamas) Yogyakarta*.
- Kussanti, D. P., Fitriansyah, F., Harbet, P., & Atmaja, J. (2022). *Pelatihan Teknik Food Fotografi dalam Meningkatkan Branding pada UMKM Prima Global Mart Bekasi Food Photography Techniques Training in Improving Branding at Prima Global Mart Bekasi SMEs* (Vol. 2, Issue 4). <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/kreatif>
- Lim, Y. S., Rubiyanti, N., Ng, T. H., Widodo, A., Zhee, L. Y., & Silvianita, A. (2024). Social Media Marketing for Micro-enterprises in Malaysia: Branding for the Future? In *Contributions to Management Science: Vol. Part F2529* (pp. 567–577). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-031-48770-5_45
- Lubis, T. A., Firmansyah, Mukhzarudfa, Utama, A. N. B., Sari, N., & Ningsih, M. (2024). Transformasi UMKM Jambi: Strategi Memanfaatkan Kearifan Lokal

Untuk Daya Saing Global. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 13(01).

Mangruwa, R. D. (2024). How is Indonesia's 5G Telecommunication Industry? Case Study of Promotion on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *2024 International Conference on Data Science and Its Applications, ICoDSA 2024*, 162–167. <https://doi.org/10.1109/ICoDSA62899.2024.10651832>

Munir, M. F., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2019). Pengaruh Foto Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Mahasiswa FIA UNISMA Program Studi Administrasi Bisnis Yang Menjadi Konsumen Online Shop Tokopedia). In *JLAGABI* (Vol. 8, Issue 3).

Munjiyah, S. (2019). *Pengaruh Visual Merchandising terhadap Minat Beli Konsumen di IKEA Alam Sutera*.

Ningsih, S., Santi, M., & Dacosta, K. (2024). Model Komunikasi Visual Foto Produk Untuk Optimalisasi Brand Awareness UMKM Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(2).

Novia, A. N., Berlianti, N., Anasril, A. R., & Azhari, I. P. (2022). *Peranan Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada Rattan Handmade Ratatia)*. 3(1).

Nuzulah, F., & Hariasih, M. (2024). Product Diversity, Price Perception, and Sales Promotion Impact on Customer Loyalty (Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Berdampak pada Loyalitas Pelanggan). In *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management* (Vol. 1, Issue 4). <https://economics.pubmedia.id/index.php/jaaem>

Persada, D. G., & Kusumawardhani, A. (2021). Analisis Modal Intelektual, Customer Relationship dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Guna Meningkatkan Kinerja Perusahaan pada Usaha Jasa Fotografi. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(6), 2736. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i6.3131>

Prsetiyo, B., Arumsari, H., Nugraha, N. N., & Kamilla, T. (2023). Strategi Pemasaran Serta Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Pengembangan Produk

- Mouku Cimahi. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 2(1), 1–8.
<https://doi.org/10.35912/jpe.v2i1.1323>
- Putri, T. E., Oktoberza Kz, W., & Wahyuni, A. S. (2024). Optimasi Pemasaran Produk UMKM melalui Pelatihan Fotografi dan Media Sosial di Desa Sawah Lebar Baru untuk Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 7, Issue 1).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Rahayuningsih, T., Budihard, A. M., & Asraf. (2025). *Strategi Co-Creation dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Perspektif Pelaku Usaha dan Konsumen*.
<http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>
- Ridwan, A., Fithri, D. L., Susanti, D. A., Winarso, R., Gunawan, B., Mulyati, S., & Nugraha, F. (2024). *Pelatihan Visualisasi Produk untuk Digital Marketing Pada UKM Batik Bakaran Kabupaten Pati*. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i3>
- Roziana Febrianita, Fadhiatus Zahro, Melyssa Safira Anwar, & Akmal Nugraha Ramadhan. (2023). Peran Foto Produk Sebagai Branding UMKM di Kelurahan Gebang Putih. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 65–73. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i3.794>
- Salim, N., Ronald, & Amelia. (2023). *The Effect of Informativeness, Photo Colour, Visual Aesthetic, and Social Presence towards Customer Purchase Intention on Glory of fats Instagram*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7569471>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2021). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM. *Versi Cetak*, 4(3), 633–642.
- Setyowati, R., & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 75–82.
<https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.236>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P., Wardhana, A., Nugraha, K., Hendrayani, E., Susanto, P., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*.

- Son, L., & Deli. (2023). *Pengaruh Fotografi Produk Sepatu Terhadap Minat Beli Masyarakat Dengan Blind Test (The Effect Of SHOE Product Photography On Public Buying Interest With A Blind Test)*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. CV Alfabeta.
- Sukarsih, I., Kurniati, E., Gunawan, G., & Respitawulan. (2019). Perluasan Jangkauan Pasar Pelaku UMKM Di Kota Bandung melalui Implementasi E-Commerce. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7(2), 170–177. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4412>
- Suprayogi, Y., Luckyardi, S., Kurnia, D., & Khairusy, M. A. (2024). Linguistic Technopreneurship in Business Success Digitalization for Small Medium Enterprises in West Java: Implication for Language Education. *International Journal of Language Education*, 8(2), 343–358. <https://doi.org/10.26858/ijole.v8i2.64117>
- Szulc, R., & Musielak, K. (2023). Product photography in product attractiveness perception and e-commerce customer purchase decisions. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 2023(166), 783–796. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2022.166.49>
- Tiwari, A., & Kumari, N. (2024). *The Impact of Visual Appeal, Perceived Price, and Trust on Consumer Buying Intention Toward Cosmetic Products: an Analysis Using Structural Equation Modelling* (pp. 456–467). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-612-3_30
- Wardhana, A., Syahputra, S., & Kartawinata, B. R. (2017). Determinant Factors of Consumer Preferences In Indonesia Airlines Industry. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(02), 11–20. <https://doi.org/10.24198/jbm.v18i1.45>
- Wulan, O. :, Sari, P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). *Digital Branding UMKM Melalui Komunikasi Visual*. 8(2), 129–134.
- Yu, M., Abidin, S., Shaari, N., He, C., Shi, L., & Liu, Q. (2024). *Effects of Brand Visual Identity on Consumer Attitude: A Systematic Literature Review*. <https://doi.org/10.20944/preprints202405.1109.v1>