

Daftar Pustaka

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 27(10).
- Arifin, Z. (2012). Penelitian pendidikan metode dan paradigma baru. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- As'ad, H. Abu-Rumman. 2014. *The Impact of Social Media marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. Journal Society of Interdisciplinary Business Research Vol. 3 No. 1 ISSN: 2304-1013;2304-1269.
- Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 9(2), 26-42.
- Basnet, S. D., & Auliya, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 18-31.
- Bogdan, Robert, dan Taylor. (1999). Pengantar Metode Penelitian Kualitatif, Terjemahan oleh Restu. Surabaya: Usaha Nasional.
- Broderick, A., & Pickton, D. (2005). *Integrated marketing communications*. Pearson Education UK.
- Chaffey, D. (2013). *Emarketing Excellence Planning and optimizing your digital marketing*. 4th edition. Routledge
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (5th ed.)*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315640341>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing* (Sobirin, Ed.; 1st ed.). Celebes Media Perkasa.
- Dani, J. A., & Mediantara, Y. (2020). Covid-19 dan perubahan komunikasi sosial. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 94-102.

- Daud, R. F., & Khairunnisa, K. (2020). Peran Marketing Public Relations (MPR) Dalam Membangun Brand Image Warunk Upnormal Di Bandung. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(2), 96-108.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Febriani, Nufian S., and Wayan Weda Asmara Dewi. *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press, 2018.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*.
- Hamidin, D., Pranawukir, I., Mulyana, A., Susilawati, E., Ikhram, F., Novalia, N., ... & Kurniawan, R. (2022). Strategi Pemasaran di Era Digital. Haura Utama.
- Hootsuite. (2022). Diakses pada 17 Februari 2023, dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Hurriyaturrohman, Maulani. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Promosi Dan Nilai Jual Produk UMKM Tas Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Ibn Khaldun Bogor*. Vol 15. No. 2 Hal 2.
- Indonesia, R. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jakarta: Sekretariat Negara*.
- Istanto, Y., Rahatmawati, I., Sugandini, D., Arundati, R., & Adisti, T. (2020). PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA KECIL.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, Vol. 53 No. 1, pp. 59-68.
- Kayatun, S., & Kresnadi, H. (2014). Penggunaan Metode Kerja Kelompok untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 3(4).
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moto, M. M. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Dalam Dunia Pendidikan. *Indonesian Journal of Primary Education*, 3(1), 20.

Mulyana, A. E., Hidayat, R., Andayani, N. R., Zuliarni, S., Pratama, A. W., Septiana, M., ... &

Soebagiyo, S. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi dan Penyuluhan Secara Digital untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (AbdiMas)*, 3(1), 62-76.

Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). *Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado*. *ACTA Diurna Komunikasi*, 7(4).

Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Nova, F., Nuriman, D. A., & Akbar, M. (2020). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Kaptain Komunikasi Indonesia

Opendata Jabar. (2022). Diakses pada 12 Januari 2023, dari

<https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>

Pangaribuan, T. (2008). *Paradigma bahasa*. Graha Ilmu.

Parwanto, M. L. E. (2020). Virus Corona (2019-nCoV) penyebab COVID-19. *Jurnal Biomedika dan Kesehatan*, 3(1), 1-2.

Prawiro (2020). Pengertian Digital: Definisi, Sejarah, dan Manfaat Digitalisasi Bagi Manusia. situs Maxmanroe.com.

Priatmoko, S., & Lóránt, D. (2021). A Story of a Cup of Coffee Review of Google Local Guide Review. *Atlantis Highlights in Social Sciences, Education and Humanities*, 1, 50–55.

Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif.

Rahardjo, M. (2018). Paradigma interpretif.

- Ramadhan (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau Vol 4. No. 2 Hal 8.
- Rossiter, J. R., & Bellman, S. (2005). *Marketing communications*. Pearson/Prentice Hall.
- Rosyadi, M. I. (2018). Analisis Strategi Marketing Public Relations PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi. *Komunikator*, 10(1), 1-9.
- Safko, L., & Brake, D., K. (2009) *The Social Media Bible*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).
- Siswati, E., & Abadi, C. (2021). PENGELOLAAN USAHA MIKRO DAN APLIKASINYA.
- Soendari, T. (2012). Pengujian keabsahan data penelitian kualitatif. *Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur melintasi pandemi covid-19.
- Sondakh, Erawan, Wibowo. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express. *Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unmul*. Vol 7. No. 1 Hal 2.
- Sopiah, N. (2013, June). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Media Facebook. *In Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.
- Sulandjari, S., & Khalimah, F. (2021). PENGARUH PROMOSI PADA LOYALITAS PELANGGAN OUTLET MY DAILY HIJAB CABANG SUKUN RAYA SEMARANG. *Jurnal Egaliter*, 5(8).
- Sukardi, H. M. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.

- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan pemasaran UMKM melalui media sosial*. Caremedia Communication.
- Teguh S., N., dkk. (2021). Optimalisasi Strategi Marketing UMKM di Media Sosial Tiktok.
- Tripathi, M. N. (2014). Customer Satisfaction and Engagement-Customer Retention strategies for brand manager. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*, 11(1).
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.
- Wijaya, B. S. (2013). Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication. *European Journal of Business and Management*, 5(31).
- Williams, D,L., Crittenden, V,L., Keo, T., & McCarty, P. (2012). The Use of Social Media: an exploratory study of uses among digital natives, *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136.
- Yusti, E. (2015). *Pembentukan Karakter Peserta Didik Melalui Penyelenggaraan Kantin Kejujuran di SD Negeri 3 Purwodadi Kecamatan Tambak Kabupaten Banyumas*. <https://eprints.uny.ac.id/14815/>
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.