

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Armstrong, & Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing*. England: Pearson Education, inc.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cresswell, J. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Soemanagara. (2012). *Strategic Communication (Konsep Strategi dan Terapan)*. Bandung: ALFABETA.
- Straus, A., & Corbin, J. (2013). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukamdinata, N. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Narkubo, C., & Achmad, A. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sayuti, D. (2014). *Komunikasi Pemasaran Politik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sumber Internet

- Limanseto, H. (2022, Oktober 1). *ekon.go.id*. Retrieved from 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#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional>.
- Psikologi, I. (2023, Maret 23). *Info-Psikologi*. Retrieved from Perbedaan Rasional dan Logis yang Perlu Diketahui : <https://kumparan.com/info-psikologi/perbedaan-rasional-dan-logis-yang-perlu-diketahui-204HWfZQ5vw/full>
- Rita. (2017, November 21). *Word of Mouth (WoM)*. Retrieved from word-of-mouth-wom: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/11/21/word-of-mouth-wom/>
- Putri, V. K. (2022, Januari 19). *Kompas.com*. Retrieved from Bagaimana Proses Komunikasi Pemasaran?: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/19/120000769/bagaimana-proses-komunikasi-pemasaran->
- Restu. (2022, Februari). *Apa itu UKM? Ini Pengertian dan Contoh-contoh UKM*. Retrieved from Gramedia: <https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-ukm/>

- GetCraft. (2020, Mei 5). *Marketing Craft*. Retrieved from Tips Merumuskan Ide untuk Strategi Marketing Brand Anda: <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/tips-merumuskan-ide-untuk-strategi-marketing-brand-anda>
- Handoko M.Sc, D. (2020, November 11). *Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi*. Retrieved from Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia: <http://lipi.go.id/siaranpress/membangkitkan-umkm-di-masa-pandemi-dengan-inovasi-dan-teknologi/22212>
- Ikhsan. (2022, Agustus 18). *Pembahasan Lengkap Apa Itu Digital Marketing + 9 Strateginya*. Retrieved from apa yang dimaksud dengan digital marketing: <https://sasanadigital.com/apa-yang-dimaksud-dengan-digital-marketing/>
- Digital Marketer*. (2022, Oktober 5). Retrieved from Jasa Iklan Instagram: <http://www.digitalmarketer.co.id/iklanonline/jasa-iklan-instagram/>

Sumber Jurnal

- Dewi, R., & Hidayah, S. (2019). TUGAS AKHIR SEMESTER "STUDI KASUS" METODE PENELITIAN KUALITATIF. 7.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. In book.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Husin, M. (2013). PARADIGMA POSITIVISME DAN POSTPOSITIVISME. *academia.edu*.
- Järvinen, J., Järvinen, A., Karjaluoto, H., & Jayawardhena, C. (2013). Digital and social media marketing usage in B2b industrial section. *The Marketing Management Journal*, 102-117.
- Lesmana, R. (2016). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan Di Green River City Bekasi (Studi Kasus di PT. Artha Ban Strategi Igun Pratama).
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. In Prenada Media.
- Purwana ES, D. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1, 8.
- Putri, N., & Mutiah. (2022). STRATEGI PENGEMASAN PESAN E-MARKETING PADA FOOD VLOGGER (Studi Kasus Terhadap Akun TikTok @almasqol). *The Commercium*, 5, 132.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian (Public Relations dan Relations)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). *Jurnal Ilmiah Indonesia. PESAN PEMASARAN SENJATA UNTUK MEMBANGUN DIGITAL MARKETING*.
- Wahyuni, P., Purnawan, R., & Cahyani, D. (2014). Ilmu Sosial dan Politi. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT Go-Jek Indonesia dalam Membentuk Brand Awareness*, 376-382.

Wrench, J. (2013). *Quantitative Research Methods for Communication: A Hands-On Approach*. New York: Oxford Universitas Press.

Yusuf. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zulkarnain. (2013). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis Dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

