

## DAFTAR PUSTAKA

- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, 2(1), 80-86.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Damayanti, R. (2018). DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.
- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan waktu terhadap Kepuasan Kosumen (studi pada konsumen jne kota malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16).
- Jackson, CA, & Luchner, AF (2018). Presentasi diri memediasi hubungan antara kritik diri dan respons emosional terhadap umpan balik Instagram. *Kepribadian dan Perbedaan Individu*, 133, 1-6.
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel Tbk. *The Winners*, 14(2), 104-112.
- Tampang, B. L. (2012). Peran Teknologi Informasi dalam Pengembangan Vokasi Pendidikan Tinggi. *Prosiding APTEKINDO*, 6(1).
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.

Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.

Nuraisyah, A. F. (2020). *ANALISIS STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS DALAM PROSES PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING PSIKIATER MELALUI INSTAGRAM (Studi Netnografi: @jiemiardian)*

Firdaus, R. A. (2021). PELAYANAN PERPAJAKAN DI MASA PANDEMI COVID-19:: APA YANG BERUBAH DAN BAGAIMANA RESPONS PEGAWAI GARIS DEPAN?. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)*, 5(2), 224-240

Abama, S. (2021). *LAPORAN KEGIATAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM RUMAH YOGURT DI JAKARTA* (Doctoral dissertation, Politeknik APP Jakarta).

Salim, M. N. (2021). PENERAPAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK KONVEKSI UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 1(2), 42-46.

Rianingtyas, A. K., & Wardani, K. K. (2019). Perancangan user Interface aplikasi mobile sebagai media promosi digital UMKM tour dan travel. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(2), 118-123.

Lestari, S. (2014). Analisis Usability Web (Studi Kasus Website Umkm Binaan Bppku Kadin Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 1(1).

Akwan, M. M. (2022). *LKP: Perancangan Feed Instagram Indonesia Direct sebagai Media Promosi* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).

Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.

Aziz, A. (2018). *Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pengaruhnya Terhadap Business Performance Satisfaction (Studi Pada Pengusaha Kuliner Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).