

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, I. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern* (Cetakan I). Bening Media Publishing.
- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). *Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). *Strategi media sosial untuk pengembangan UMKM*. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.
- Anggito, A. S. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (e. d. Lestari, Ed.; Cetakan ke-1). Cv Jejak.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., ... & Bancin, J. B. B. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Chrismardani, Y. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk Umkm*. *Neo-Bis*, 8(2), 179-189.
- Dyatmika, T. (2021). *Ilmu Komunikasi* (S. Bakhri, Ed.). Zahir Publishing.
- Elliyana, Ela. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Cetakan I). Ahlimedia Press
- Fernanda, A., Siahaan, S. V. B., Hapsari, V. R., & Sadewo, Y. D. (2020). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Usaha Kemitraan Gi-Va Fashion Di Perumahan Kelapa Sawit Wirata*. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 52-73.
- Fiantika, F., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, I., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Waris, I. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.; Cetakan Pertama). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Haq, S. A. I. (2022). *Pengembangan Peran Digitalisasi Bagi UMKM di Desa Mangadu Mangarabombang Talakar Sulawesi Selatan*.
- Hartini, S. P., Fanny, H. A. S. T. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Modern*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 01(01).
- Isnawijayani, I., Rozalena, A., & Caropeboka, R. M. (2021). *The Meaning of Longing for the Tradition of "Ngirup Cuko Pempek" Palembang as Friendship Communication in the Covid-19 Pandemic Era*. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2(4), 99-111.

- Maulida, S. Yunani, D. (2017). *Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (umkm) Dari Berbagai Aspek Ekonomi*.
- Misnawati, D. (2019). *Kajian Simbolis Kuliner Mpek-Mpek dalam Interaksi Sosial Masyarakat Palembang*. Jurnal Vokasi Indonesia, 7(1), 8.
- Novrian, A., & Rizki, M. F. (2021). *Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Medium, 9(1), 81-91.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran (Cetakan ke-2)*. Kencana.
- Rabbani, d. b. Diwyarthhi, n.d.m.s. Mulyati. Umar, m. Hadawiyah. Sari, y.p. Sukrin. Haryanti, i. Santoso. Ardani, w. Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran*.
- Rahastine, m. p. Wulandari. y. f. (2020). *Penggunaan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran masyarakat di kelurahan Pekayon Jaya Bekasi Selatan*. Jurnal Komunikasi, 11(2).
- Silajadja, M., Magdalena, P., & Nugrahanti, T. P. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM*. Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, 2(2), 88-100.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Cetakan ke-19)*. Alfabeta, Cv.
- Syahputra A. T., & Wijayani I. (2022). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Pelanggan Shoope di Kota Palembang*. Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 2(4), 57-74
- Trulline, P. (2021). *Pemasaran Produk umkm Melalui Media Sosial dan E-commerce*. Jurnal Manajemen Komunikasi, 5(2), 259–279.
- Wainira, m. a. d. Liliweri, y.k.n. Mandaru, s.s.e (2021). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun @kopipapaganteng)*.
- Wibowo, l. a. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran (Cetakan Kesatu)*. Penerbit Alfabeta.