

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Persada, R. G. Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. In Prosiding Seminar Nasional Unimus. Universitas Muhammadiyah Semarang (Vol. 3, No. 1).
- Basit, 2018 Teori fungsi Komunikasi edisi VI buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Bismala, L. (2016). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-26.
- Harold D. Lasswell (dalam Cangara, 2007),. Teori Komunikasi edisi VI buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan, D. (2023). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 12–25.
- Image Restoran Burger. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 3(1), 103-118.
- Kotler, P. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Morrison. (2013). Teori Komunikasi. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Morrison. (2013). Teori Komunikasi. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. Si, 2017 komunikasi massa, Edisi Millenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Eka Cida*, 1(1)
- Rangkuti, F. (2002). *Creating effective marketing plan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). *Social Media Marketing Twitter Dan Brand*
- Rizkiana, 2017 Tujuan Komunikasi prenada media
- Sandi, Kurnia, Sumar Thoyib, and Christianingrum Christianingrum. "Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online melalui media sosial Instagram pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung angkatan 2016-2018." *Holistic Journal of Management Research* 5.1 (2020): 17-26.
- Savitri, E. A., Zahara, Z., & Ponirin, P. (2016). Pengaruh promosi melalui media sosial terhadap repurchase intention melalui electronic word of mouth. *Jurnal*

- Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2(3), 241- 250.
- Solomon, M. R., & Tuten, T. L. (2017). Social media marketing. *Social Media Marketing*, 1-448.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tankard, S. &. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Terpaan*. Edisi ke 5. Jakarta: Prenada Media Kencana.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).