

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. (2021). Kewirausahaan di Tengah Revolusi Industri 4.0: Teori dan Implementasi. *IBI Journal*.
- Arifah, F. N. (2015). Analisis Sosial Media sebagai Strategi Marketing Bisnis Online. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Caviton Hotel Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Binis*.
- Ayu, I. D., Tantri, A., Kompiang, Dinata, M., Putu, P. & I., Arya, & Mulyawan. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Arifin, Bustanol. 2019. *Strategi Komunikasi Dakwah Da'I Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan*, Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2 Nomor 2
- Ascharisa, Mettasatya Afrilia. 2018. *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi*. Jurkom, Riset Komunikasi 1 (1). 147–157
- Basrowi. (2016). *Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Diamond, S. (2015). *Kiat Sukses Pemasaran di Media Sosial*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Gunartin. (2017). PENGUATAN UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 2(2), 2502–5406. Retrieved from www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Hapsari, H. Q. 'Aini A. Y. (2019). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli penjualan produk dalam ekspor Oleh UKM Bandung. *Journal Bussiness*.
- Hardani, Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF &*

- KUANTITATIF*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hermawan Kartajaya. 2017. *Marketing 4.0 Moving Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Iqbal. (2020). Tiktok Aplikasi terpopuler.
- Kereh, F. (2018). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan motor Yamaha MIO pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Samratulangi. *Journal Bussiness*.
- Kementrian Perindustrian. 2019. *Analisis Perkembangan Industri Edisi 1*. Retrieved on January 20, 2023 from <https://kemenperin.go.id>
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasution, Dzukron Hamidan. 2017. *The Influence Of Service Quality To Customer Satisfaction First Media In Indonesia (Case Study Triple Play Service In Java Island)*, e-Proceeding of Management, Volume 4, Number 3
- P, K., & K.L, K. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson.
- Purwanto, N. P. (2020). Bantuan Fiskal Untuk Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, (12–17), 19–24.
- Putri, A. Z., Pramudiati, N., Nusron, L. A., & Prasetyo, D. (2021). Modernisasi Strategi Umkm Demi Resistensi Usaha Di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Khidmat*, 4(1), 58–66. <https://doi.org/10.15575/jak.v4i1.12009>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rasyid, F. (2017). Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Brand Positioning. *Ar-Rany*.
- Rasyid Harun. 2017. *Pengaruh Kualitas dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek*. *Jurnal Ecodemica*, 1 (2). ISSN : 2355-

0295, E-ISSN : 2549-8932

Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPI*.

Sendari, A. A. (2019). Instagram adalah Platform Canggih berbagai Foto dan Video.

Sanusi, Asih. 2020. *The Effect od Profitatibility, Company Size, Company Growth on Firm Value Throught Capital Structure in Food and Baverage Companies on the Indonesia Stock Exchange 2014-2018 Period*. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre) : 2454-8006. Doi : 10.31695/IJASRE.2020.33876 Volume 6.

Sigit, D. S., & Cantika, S. B. (2016). Pemasaran berbasis Sosial Media bagi Pengrajin Batik. *E-Jurnal Manajemen*.

Sinaga, U. B. H. P. (2018). Pengaruh Biaya Promosi terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Pada Agen Anugrah. *Jurnal Pemasaran*.

Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19. *Economics Development Analysis Journal*.

Statistik, B. (2021). Publikasi BPS: Madiun Dalam Angka.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi, I. S. (2010). *Strategi Membangun Kerajaan-Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Suryana, Y., & Bayu, K. (2013). *Pendekatan Karakteristik Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.

Syahirman, M., & Idris, U. (2018). Marketing Environment and Marketing Mix, The Basic Factors in Increasing Sales Performance (Survey on Agribusiness Small and Medium Enterprises). *Business and Economic Horizons*.

Trisnani. (2017). Whatsapp Media Komunikasi Efektif Masa Kini. *Perpurnas*.