

Daftar Pustaka

- Afandi, A. (2016). Modul Participatory Action. Surabaya:LPPM UIN Sunan Ampel, 90-104.
- Annisa, F., Agus, H., & Jamhur, P. (2022). *Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Pembinaan Usaha Mikro di Kota Tanjungpinang* (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi*. Jakarta: Media Group. h. 91.
- Bondan, L.M. F. (2019). FENDE : Marketplace-Based Distribution, Execution, and Life Cycle Management Of VNFs. *IEEE Communications Magazine*, 57(1), 13-19.
- Darmadi, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Djunaidi, A. F. (2012). *Metodologi Penelitian kualitatif*. Yogya: Ar-Ruzz Media.
- Grewal, D. and Levy, M. (2008). *Marketing*. New york: McGrow-Hill/Irwin.
- Guiltinan, J. a. (1997). *Marketing Management :Strateges and Programs, 6th ed.* New York: The McGraw-Hill Companies,Inc.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hill, L. A. (2004). *foundation marketing*. Harlow: Pearson education ltd.
- Jain, S. A. (2009). *Marketing Planing and Strategy*. Washington: Cengage Learning; 8th edition.
- Jaka., S. (2010). Strategi Pengembangan Usaha kecil dan Menengah (UKM) Studi Kasus di Kabupaten Bantul. *Simposium Nasional*.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Kaelan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogya: paradigma.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. New Jersey: Indeks.
- Keller, K. D. (2012). *Marketing Management*. Jakarta: Indeks.
- Keller, P. K. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid 1*. Jakarta: Prehallindo.
- _____ (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Sembilan*. Jakarta: Indeks Kelompok.
- Kotler, P. E. (2011). *Principle Of Marketing: An Asian Perspective*. Singapore: Pearson Education South Asia.
- Maine, S. (2014). *How product packaging affects buying decisions*. p. 1.
- Misri, M. A. (2018). *Struktur Grup*. Cirebon: Confident.
- Morrison. (2007). *Periklanan Komunikasi*. Jakarta: Ramdina Perkasa.
- Musfiqon, M. 2012. *Pengembangan Media Belajar Dan Sumber Belajar*. Jakarta: Prestasi Pustakakarya.
- Narimawati, d. (2010). *Penulisan karya ilmiah: Panduan awal menyusun skripsi dan tugas akhir aplikasi pada fakultas ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Penerbit.
- Nasution, S. (2006). *Metodologi Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Neuman, W. (2017). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Nugrahani, R. (2015). Peran Desain Grafik pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Imajinasi : Jurnal Seni* 9(2), 127-136.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti* 5(1), 1979-7400.

- Putri Intansari, F. A. ., & Gamayanti , W. . (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Information and Communication Technology (ICT) pada UMKM Desa Pakuon. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 1(35), 98–109.
- Riyanto, J., & Supriyanto, S. (2020). Analisa Sistem Aplikasi Marketplace Facebook Dalam Pengembangan Dunia Bisnis. *Jurnal Media Informatika Budidarma* 4(4), 940-946.
- Rosandi, S. (2014). . Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. , Vol. 2 (2).
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sholeh, M., & Basuki, U. J. (2021). Pendampingan Penggunaan Facebook Marketplace Sebagai Media Promosi dan Transaksi Penjualan Bagi Pelaku UKM. *MATAPPA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*,4(1), 36–42.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2012). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2013). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: alfabet.
- Sunyoto, D. (2015). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)*.
- Supriyono, R. (2001). *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: BPF.

- Swastha, B. (2007). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Syahyuti. (2006). *30 Konsep Penting dalam Pembangunan Pedesaan dan Pertanian*. Jakarta: Bina Rena Pariwisata.
- Tjiptono, F. P. (2015). *Strategi Pemasaran edisi 4*. Yogya: ANDI OFFSET.
- V, Wiratna Sujarweni. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Romaningsih, W., Septemia, P. G., Nadia, N., Marlina, A., & Madani, M. H. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Information Communication and Technology (ICT) Terhadap Peningkatan Daya Jual Produk Umkm. *ESCAF, 1(1)*, 372-377.
- Widjajani, D. (2009). Penggunaan soft system methodology dan grounded theory. *Jurnal Manajemen Bandung: Institut Teknologi Bandung*.
- Winarno, F.G. dkk., (1984), Pengantar Teknologi Pangan, Jakarta: Gramedia.
- Yoeti, O. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Hotel*. Jakarta: Perca.
- Yoga, I. M. S., Korry, N. P. D. P., & Yulianti, N. M. D. R. (2019). Information Technology Adoption On Digital Marketing Communication Channel. *International Journal Of Social Sciences and Humanities, 3(2)*, 95-104.
- Zaenuri, A. F. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Suweg Lapis Genggomng dalam Peningkatan Daya Jual di Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. *Media Journal Ilmu Komunikasi, 1(1)*, 49-62.