

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rafiq. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3, 18-29.
- Aisyah Fadilah, Kiki Rizki Nurzakiyah, dkk. (2023, maret 2). Pengertian Media, Tujuan, Fungsi, Manfaat dan Urgensi Media Pembelajaran. *Journal of Student Research (JSR)*, 2, 01-17.
- Anang Sugeng Cahyono. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 2-18.
- Andi Nilam Rahayu, Muhammad Irfan Siti Nursiah;. (2019, Oktober 3). Pengaruh Penggunaan Meedia Sosial (Medsos) Secara Positif Terhadap Motivasi Belajar Siswa SD Negeri Perumnas Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Jurnal Publikasi Pendidikan*, 9, 262-272.
- Angelina Oktaviani Putri Anggana. (2022, April 5). Analisis Fktor-Faktor Digital Marketing Menggunakan Fotur Instagram Ads Dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan "Scarlett Whitening".
- Anna Triwijayati, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, Achmad Zahrudin. (2023, Agustus 3). Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2, 1-9.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017, 10 2). Evektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonometrika*, 12, 212-231.
- City, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(2), 750-761.
- Clara Hetty Primasari, H. H. (2019). Dampak Iklan Di Media Sosial Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa. *Jurnal*.
- D. Yadi Heryadi, D. E. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Di Jawa Barat. *Jurnal Bisnismen: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5, 2-14.
- Dewi, A. M. (2018). *Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3 (1), 1.
- Djoko Hananto1, A. N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6, 1-10.

- Erlina F Santika. (2023, februari 2). *Pengusaha Umkm Per Kelompok Usia 2022*. Retrieved From Databoks.
- Fadhil Mubarak, D. A. (2024). Dakwah Sebagai Kontrol Sosial Masyarakat di Era Perkembangan Zaman. *Jurnal Dakwah, Sosial, dan Komunikasi*, 1, 11-20.
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603-612.
- Fauzi Yudiyanto, As'ad Isma Fictor Diwantara;. (2023, November). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jambi Tahun 2020-2022. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3, 50-57.
- Fitriyani, E., & Pramusinto, H. (2018). Pengaruh fasilitas perpustakaan, kualitas pelayanan, dan kinerja pustakawan terhadap minat berkunjung masyarakat. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 585-595.
- Gusmiarti, I. (2024, Juni Selasa). *27 Juta Umkm Telah Go Digital Hingga 2023*. Retrieved From Goodstat Data.
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 511-518.
- Hidayati, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Naik Kelas di Desa Bulak Surabaya. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(3), 1503-1508.
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W. J., & Woran, D. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 587-596.
- Izzah, F. N. (2024). *56% UMKM Pilih Jualan Lewat TikTok Cs, E-Commerce Gak Laku?* Google News.
- Kresna, H. S., & Ardini, L. (2020). Pengaruh free cash flow, profitabilitas, kebijakan hutang terhadap kebijakan dividen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(3).
- Leni Stephani dll, Hendi Handoko Monika Iren Simanjorange;. (2019). Dampak Iklan di Media Sosial Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa.
- Leni Sugiyanti1, Melyona Zenia Rabbil2, Kamilah Citra Oktavia3, Mega Silvia. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 1, 100-110.
- Layaman, L., & Rahmawati, K. Y. (2023). Pendampingan UMKM dalam Peningkatan Kualitas Pemasaran Berbasis Digital di Desa Bakung Lor

- Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 75-86.
- Layaman, L. (2022). The Strategic Role Of Entrepreneurial Financial Literacy, Proactive Seeking Financial Access And Their Impact On SME Performance. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 14(1), 118-130.
- Layaman, L. (2022). *Statistika; Aplikasi Dalam Penelitian Manajemen* (No. r2beq_v1). Center for Open Science.
- M. Aldy Khafisar. (2022). *Customer Response Index (CRI) Pengukuran Efektifitas Iklan Berbayar Pada Akun Media Social Media Instagram Doesoen Coffe*.
- Maya Siahaan. (2024). Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran bagi Pelaku UMKM di Kota Medan. *Journal Of Social Science Redearch*, 4, 1-9.
- Moch Hari.P, Dany Fajar.K.S.W., Widiyanto Hadi. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 2-10.
- Mohd Isa, I. L., Mokhtar, S. A., Abbah, S. A., Fauzi, M. B., Devitt, A., & Pandit, A. (2022). Intervertebral disc degeneration: biomaterials and tissue engineering strategies toward precision medicine. *Advanced healthcare materials*, 11(13), 2102530.
- Munandar, E., Amirullah, M., & Nurochani, N. (2020). Pengaruh penyaluran dana zakat, infak dan sedekah (ZIS) dan pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat kemiskinan. *Al-Mal*, 1(1), 25-38.
- Nabila Putri Amanda, Riswan Rambe Hafizda Ardianti;. (2023). Pengaruh Perkembangan Umkm Melalui Media Sosial Di Era Modern. *Ejournal.Warunayama*, 10.
- Nagara.A.A.P. (2021). Strategi Pemasaran Industri Kerupuk Untuk Bertahan di Masa Pandemi. *Jurnal*.
- Nagara.A.A.P. (2021). Strategi Pemasaran Industri Kerupuk Untuk Bertahan di Masa Pandemi. *Jurnal*.
- Naibaho, D. E., & Sipayung, R. (2020). Hubungan disiplin belajar dengan hasil belajar siswa pada mata pelajaran matematika Kelas V di SD Negeri 24 Tanjung Bunga. *School Education Journal Pgsd Fip Unimed*, 10(4), 342-351.
- Novi Satria Jatmiko. (2022). Strategi Pemasaran Ideal Di Era Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4, 2-10.
- Nur Fadilah. (2020, juni 2). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan*, 1, 194-211.

- Nurmala, D. (2022). Pengaruh media sosial terhadap kinerja umkm dan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 1(1), 16-28.
- Oom Komariyah. (2024). Studi Komparasi Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Iain Syekh Nurjati Cirebon. *Skripsi*, 5-6.
- Parmono, A., & Zahriyah, A. (2021). Pelaporan Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Jember. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(2), 209-241.
- Prasetyo Reza Ashari. (2018). *Perancangan Konten Media Promosi Raja Duren Pada Sosial Media Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recall*.
- Putri, A. O. (2022). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Penigkatan Omset Penjualan Umkm (Studi Kasus Pedagang Kuliner Umkm Dikecamatan Ujungbatu): The Influence Of Facebook Social Media On Increasing Msme Sales Turnover (Case Study Of Msme Culinary Traders Ujungbatu District). *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 568-578.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194-208.
- Ramahardhila, D., & Supriyono, S. (2022). Dampak Body Shaming Pada Citra Diri Remaja Akhir Perempuan. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 961-970.
- Rio Mattajang, Hanuna Shafaiah Edison;. (2016, Juni 1). Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Pertumbuhan UMKM: Peran Aspek Permodalan dan Pemerintah Sebagai Moderator. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1, 61-70.
- Riswan Rambe, H. A. (2011). Pengaruh Perkembangan Umkm Melalui Media Sosial Di Era Modern. *Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1, 1-11.
- Salamsyah, R. N., & Halimatusadiah, E. (2023, July). Pengaruh Penerapan Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Bandung Conference Series: Accountancy* (Vol. 3, No. 2, pp. 757-763).
- Sanjaya, J. M. (2023). *Strategi Konten Akun Facebook Stokis @Anas Nasa Sebagai Media Promosi Produk*. Ponorogo.
- Setiawan, D., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 657-663.

- Srihardianti, M., Mustafid, M., & Prahutama, A. (2016). Metode regresi data panel untuk peramalan konsumsi energi di Indonesia. *Jurnal Gaussian*, 5(3), 475-485.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *Journal of Education Research*, 5(4), 5599-5609.
- Sufiani Zahra. (2022). Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55-61.
- Ulfa, M., Kurlillah, A., Pospos, A. F. F., & Budiman, I. (2024). Pengaruh Perkembangan Teknologi, Media Sosial, Harga, Dan Lokasi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Langsa: Mengeksplorasi Dinamika Sukses Bisnis Di Era Digital. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 3(1), 1-20.
- Untung, N., Wariki, V., Merari, D. B., Setyobekti, A. B., & Sugiono, S. (2019). Kepemimpinan Karismatik dalam Meningkatkan Iman Kaum Muda di Gereja Bethel Indonesia Kota Jambi. *MATHEO: Jurnal Teologi/Kependetaan*, 9(1), 75-89.
- Wahyuni, S., Armiani, A., Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, dan Google My Business terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(4), 731-745.
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 797-804.
- Wilopo, Desy Erika Permatasari Djamhur Hamid. (2015). Penentuan Strategi Bisnis Manajemen Hotel Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Kasus di Quds Royal Hotel Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.
- Yahya, L. M., Noverlin, P., & Ayu, A. P. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Di Payakumbuh. *Journal of Applied Management Studies*, 5(1), 62-74.
- Yohana Apriani, Rezzi Nanda Barizki;. (2024). Strategi Konten Kreatif Doteens Dalam Meningkatkan Audience Engagement Melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 5, 29-36.
- Yulia Rahmini Suci. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6, 51-58.