DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). P*emanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.

Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). *Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul*, JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia), 6(1).

Endriani, D. (2018). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung) SKRIPSI Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Dalam Ilmu Ekonomi Islam dan Bisnis Islam Oleh DWI ENDRIANI 1451010169 Program Studi: Ekonomi Syariah FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Ghozali, Imam. 2013. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*". Edisi Tujuh. Cetakan Ketujuh. Universitas Diponegoro : Semarang.

Ginting, S. T. U. A. (2020). *Pengaruh Pemasaran Industri UMKM Di Era Digital Terhadap Tingkat Pembelian Konsumen. Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(04), 124-129.

Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, M. T. B. (2019). *Analisis pengaruh modal dan biaya produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. Jurnal berkala ilmiah efisiensi*, 19(01).

Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). *Penerapan*

Imron, I. (2019). A*nalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE), 5(1), 19-28.

Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat), 3(1), 39-45.

Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). P*emanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo*. Jurnal Komunikasi Profesional, 4(2), 176-187.

Kinanti, S. P., Putri, B. P. S., & Kom, S. I. (2017). P*engaruh media sosial Instagram@ zapcoid terhadap brand equity Zap Clinic*. *Jurnal Komunikasi*, *9*(1), 53-64.

Kristiyanti, M., & Rahmasari, L. (2015). W*ebsite sebagai media pemasaran produk-produk unggulan umkm di Kota Semarang*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 186-196.

KUSNIAWAN NUR, M. F. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG).

Lathifah, Z., & Lubis, D. P. (2018). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kuliner Wilayah Solo Raya*. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 16(1), 75-88.

Lumingkewas, V. A. (2013). *Pengakuan Pendapatan dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT. Bank Sulut*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *1*(3).

Maulana, M., Ismaya, B., & Hidayat, A. S. (2020). *Minat Siswi Dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani Senam Lantai Sman 1 Cikampek*. *Jurnal*

Literasi Olahraga, *1*(1).

Oktaviyani, I., Sutardjo, A., & Putri, S. Y. A. (2021). *Pengaruh Revenue Surprise Terhadap Abnormal Return Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun*, *Pareso Jurnal, 3(1), 85-94.*

Pasaribu, R. (2020). *Analisa Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Medan,* Journal of Economics and Business, 2(1), 50-60.

Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. N. (2018). P*eran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. Ikra-Ith Ekonomika*, *1*(2), 25-30.

Santoso, Singgih. 2015. "*Menguasai Statistik Parametik*". Penerbit PT Elex Media Komputindo : Jakarta.

SARI, N. A. (2019). *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).

Setiadi, A. (2016). P*emanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi.* Cakrawala-Jurnal Humaniora, 16(2).

Setiawati, M., & Aida, W. (2017). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian*. Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi, 2(2).

Setyanto, A. R., Samudro, B. R., Pratama, Y. P., & Soesilo, A. M. (2015). *Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial (Ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan)*. Sustainable Competitive Advantage (SCA), 5(1).

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pertama).

Sugiyono. 2013. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)"*, (Cet. IV; Bandung : Alfabeta), h. 19.

Sugiyono. 2016. "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*". Alfabeta : Bandung.

Sukri, S., & Arisandi, D. (2017). A*nalisis strategi pemasaran dengan media sosial produk kuliner usaha kecil dan menengah di Pekanbaru.*

Syikin, N. (2021). *Pengaruh Perkemabngan Ekonomim Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Di Kecamatan Rappocini*. Economics Bosowa, 6(005), 219-230.

Ulfah, I. F. (2016). *Akuntansi Untuk UMKM. Akuntansi Untuk UMKM.*

Zaki Baridwan, *Akuntansi Keuangan Intermediate:Masalah-Masalah Khusus Edisi 1,* (Yogyakarta : BPFE, 2011), h.28

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON