

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah. (2019). Komunikasi Pemasaran (Tim Qiara Media, Ed.). Qiara Media.
- Anggraeni, Monika, Elianarni, Martoyo, Wiradnyani, Sirna, Sutaguna, Susanti, Sulistyadewi, Yati, & Nugrahani. (2023). Pengantar Bisnis Kuliner. Tohar Media.
- Aris Ariyanto, Fery Wongso, Hadion Wijoyo, Irjus Indrawan, Musnaini, Faisal Akbar, Nia Anggraini, Suherman, Suryanti, & Ryana Devi. (2021). Strategi Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi. Insan Cendekia Mandiri.
- Bungin, B. (2007). Analisis Data Penelitian Kualitatif.
- Dewi. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pemasaran Produk Pada Akun @Homedia.Id). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Dwi Fatimah. (2016). Teknik Analisis Swot. Anak Hebat Indonesia.
- Febriani, & Asmara Dewi. (2018). Teori Dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu . Ub Press.
- Febriani, & Dewi. (2018). Teori Dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Universitas Brawijaya Press.
- Firyal Salma. (2022, Februari 21). Kelemahan Usaha Mie Ayam Dan Cara Mengatasinya. Magnate.Id/.
- Hakim, H. I., Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram. Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 111-122. Hamzah, R. E., Rialdo,), Manogari, R., Riska,), & Shabrina, P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen 1) (Vol. 1, Nomor 1).
- Hernikawati, D., Kominfo, B., Kementerian, J., & Dan Informatika, K. (T.T.). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kota Palembang The Covid-19 Pandemic Impact For Small And Medium Enterprise (Sme) In Palembang.
- Ivan Mahdi. (2022, Februari 25). Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022. Dataindonesia.Id.
- Ivanovich Agusta. (2003). Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi.

- Kartasasmita. (2022, September 29). Membedah Pameran Domestik Untuk Makanan Dan Minuman. Ukmindonesia.Id.
- Kurnianti, A. W. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Penggerak Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. Www.Tripadvisor.Co.Id
- Kusuma¹, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Machfoedz. M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern (Cetakan Pertama)*. Cakra Ilmu.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1).
- Nazir. (1988). *Metodepenelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nidia Zuraya. (2021, Maret 26). 30 Juta Umkm Bangkrut, Sisanya Bertahan Dengan Digitalisasi. Ekonomi.Republika.Co.Id.
- Nur Aprianto. (2023, Juni 3). Kuartal Pertama 2023, Industri Kuliner Mulai Bertumbuh Di Surabaya. Jawapos.Com.
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, 45–57.
- Pratiwi. (2022, Februari 24). Pemulihan Perekonomian Indonesia Setelah Kontraksi Akibat Pandemi Covid-19. <https://Www.Djkn.Kemenkeu.Go.Id/>.
- Rahayu Subekti. (2023, Agustus 8). Pertumbuhan Ekonomi Tumbuh Positif, Bagaimana Sisa Hingga Akhir 2023? . Ekonomi.Republika.Co.Id.
- Rahayu, M. D. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram. *Jurnal Komunikasi Nusantara*.
- Ramadhan, B. R., & Gartanti, W. T. (T.T.). Strategi Komunikasi Pemasaran Bengkel Kulit Melalui Instagram.
- Ramli, & Djumena. (2023, Agustus 10). Umkm Makanan Dan Minuman Keluhkan Penurunan Omzet: Kacau, Malah Lebih Parah Dari Masa Pandemi. Kompas.Com.

- Redi Panuju. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Kencana.
- Sahin, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun Instagram@ Beautymaskeroofficial* . Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sarastuti, D. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*. *Visi Komunikasi*. 16(1), 71–90.
- Sook Huey, L., & Yazdanifard, R. (T.T.). *How Instagram Can Be Used As A Tool In Social Network Marketing*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tiris Sudrartono, Nugroho, Irwanto, Agustini, Yudawisastra, Maknunah, Amaria, Witi, Sudirman, & Nuryanti. (2022). *Kewirausahaan Umkm Di Era Digital* (Eka Putri, Ed.; Cetakan Pertama). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Zilfania Riza, & Elysa Lubis. (2014). *Social Media Marketing Twitter Dan Brand Image Restoran Burger*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–118.