

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Arief, Maulana, G., & Milliyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom.

Budiargo, D. (2015). Berkomunikasi tutisariala Net Generations. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Media.

D, M. (2011). McQuail's Mass Communication Theory. Jakarta: Salemba Humanika.

Departemen Koperasi. (2008). PDB, Investasi, Tenaga Kerja, Nilai Ekspor UKM Di Indonesia. Jakarta:Depkop.

Diamond, S. (2015). The Visual Marketing Revolution. Jakarta: Serambi Ilmu

Semesta. Gunelius. (2011). 30-Minute Social Media Marketing.

United States: McGrawHill Companies.Irwanto. (2002).

Psikologi Umum. PT. Prenhallindo. Jakarta.

Kotler, & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran (12 ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Philip. (2005). Manajemen Pemasaran (1 & 2 ed.). Jakarta: PT.Indeks

Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip, Keller, & Kevin. (2011). Marketing Management (14 ed.). United

States: Pearson Education.

Kotler, Philip, Keller, & Lane, K. (2004). *Manajemen Pemasaran 2*. Jakarta: PT.

Ikrar Mandiri.

Kotler, Philip, Kevin, & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, Kevin, L., & Keller. (2016). *Marketing Management (15 ed.)*.

United States: Pearson Education.

Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Prenada Media

Group.

Kusumastuti, Y. (2009). *Komunikasi Bisnis*. Bogor: IPB Press.

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, & Kelly, K. (2003). *New Media: A*

Critical Introduction. London: Routledge. Logan, K. R. (2010).

Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. United

States: Peter Lang. M, M. A. (2010). *Periklanan Komunikasi*

Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana.

M, N. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Untung*.

Yogyakarta: Kobis.

Maulana, H. D., & Sos, S. (2009). *Promosi Kesehatan*. Jakarta: EGC.

Mulyana, D. (2001). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.

Olson, J. C., & Paul, P. J. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*

(9 ed.). Jakarta: PenerbitSalemba Empat.

Perreault, W. D., & Jerome, M. E. (2006). *Essentials of Marketing: A Global Managerial Approach*. NewYork: Mc Grawhill.

Poerwandari, K. (2005). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: LPSP3 FakultasPsikologi Universitas Indonesia.

Rangkuti, F. (2010). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sobur, A. (2016, Edisi Revisi). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R& D*. Bandung: Alfabeta.Sunaryo (2004). *Syarat Terjadinya Persepsi*. Jakarta: EGC.

Thoha, M. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI Publisher.

Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal :

Andini, N. P. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(1), 1–6.

Anggraeni, & Utomo. (2013). Motif Pengguna Jejaring Sosial Google+ di Indonesia. 1(3), 147-156.

- Budiman. (2017). Strategi Viral Marketing Produk Chitato Indomie Di Instagram Dalam Membangun BrandAwareness. Skripsi Thesis, 50-62.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi untuk UMKM. *Neobis*, 8(2), 179- 189.
- Demirbag, M., Tatoglu, E., Tekinkus, M., & Zaim, S. (2006). An analysis of the relationship between TQM implementation and organizational performance: evidence from Turkish SMEs. *Journal of manufacturing technology management*, 17(6), 829-847.
- GhyantiKF. 2016. Efektivitas Promosi Produk Organik “Bee Organic Food” Melalui Media Sosial Instagram
- Gunawan, S. (2018). 5 Alasan Kenapa Instagram merupakan media sosial terbaik untuk jualan online. *HipweeCommunity*, 10-15.
- Hendra, K. (2015). Pengaruh kepuasan kerja. Motivasi kerja dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT.Garam . *E-Journal Ilmu Manajemen*, 70-80.
- Listyana, R., & Hartono, Y. (2015). Persepsi dan sikap masyarakat terhadap penanggalan jawa dalam penentuan waktu pernikahan (studi kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013. *Agastya: Jurnal Sejarah dan Pembelajarannya*, 5(1), 118-138.
- Mileva, L., & DH, A. F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas

Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks.
Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 58(1), 190-199.

Nugroho, B. A., Budiman, P. W., & Wahyuningsih, N. (2019). Analisis Persepsi Usaha Mikro Terhadap Pemanfaatan Media Daring di Kota Samarinda. *JURNAL RISET PEMBANGUNAN*, 1(2), 79-89.

Pasaribu, R. (2021). Optimalisasi media online sebagai solusi promosi pemasaran umkm di semarang pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 1(1), 33-44.

P, T. R., N, F. S., F, H. A., & S, N. A. (2020). Creative Marketing Strategies Of Sembung Bank. *IMC*, 387- 396.

R, H., A, R., & L, C. V. (2011). We're All Connected: The Power Of The Social Media. Ecosystem. *BusinessHorizons*, 265-273.

Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 3(1), 1-16.

Wahana, A. (2018). Analisis Pemanfaatan Instagram sebagai media Pemasaran Bagi UMKM. *Jurnal Dinamika Informatika*, 7(2), 65-71.

Z, A. A., T, Z. A., W, N. E., N, N., A, F. D., & I, C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17-31.

Non Buku:

Kemp, S. (2020, February 18). Digital 2020: Indonesia. Retrieved Agustus 19, 2021, from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital->

[2020-indonesia](#)

Setyowati, D. (2019, Maret 05). Digital. Retrieved

Agustus 19, 2021, from Katadata

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a55215fcd7/instagram-klaim-70-pengguna-akun-bisnisnya-serap-tenaga-kerja>

Defiska, Thresa Sandra. 2019. "UMKM Masih Minim Memanfaatkan Medsos",

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/537673/umkm-masih-minim-memanfaatkan-medsos>,

diakses pada 20 Juli 2022

<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.030>

<https://dinkopum.surabaya.go.id/>

<https://kemenkopukm.go.id/read/target-pembangunan-koperasi-dan-umkm-tercapai-bila-program-pusat-dan-daerah-selaras>