

DAFTAR LITERATUR

- Ahmad Setiadi. 2016. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, Cakrawala-Jurnal Humaniora, 16(2).
- Ardial. 2018. *Komunikasi Organisasi*. Cetakan Pertama. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI. Medan.
- Arif Ardianto. 2018. *Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kemasan Kecamatan Sawit kabupaten Boyolali*. Skripsi di Terbitkan. Boyolali. Iain Surakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian*. Rineke Cipta. Jakarta.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. 2017. *Efektivitas Media sosial Sebagai Media promosi*. Jurnal Tirtayasa Ekonomika, 12(2), h. 230.
- Aryadi. 2019. *Sosial Media Sarana Promosi Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Sudimampir Banjarmasin*. Jurnal Transformatif. 3(1)
- Aufar, Arizali. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM*. Skripsi. Universitas Widyatama.
- Bahy. 2016. *Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing (study pada UKM Bunga Hias Kota Batu)*. Jurnal Administrasi. 37(1).
- Burhan, Bungin. 2006. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi komunikasi di Masyarakat*, Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Bambang, S. Dan Ayu, N. H. 2011. *Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan pada Layanan E-Commerce*. Jurnal Ekonomi, 7(2), h. 33-45.
- Didin, Abdurrahim. 2020. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Cv. Bintang Pustaka. Yogyakarta.
- Erwan Juhara dkk. 2005. *Cendekia Berbahasa*. PT. Setia Purna Inves. Jakarta.
- Febriani, Nufan S. dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2018. *Teori dan Praktis Riset Pemasaran Komunikasi Terpadu*. Malang. UB Press.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Badan Peneliti Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardian Mursito., 2019. *Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM*. Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis. 4(2). h. 41-47.

- Hesti Ratnaningrum. 2016. *Pengaruh Promosi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam pembelian Bahan Bakar Pertalite di Kota Yogyakarta*. Tesis tidak diterbitkan. Yogyakarta. Fakultas Ilmu pendidikan Universitas Sanata Dharma.
- Hooda, S., & Aggarwal, S. 2012. *Consumer Behaviour Towards E-Marketing: a study of jaipur consumers*. Jurnal of Arts, Science & Commerce, vol.III, No. 2, 115.
- Ilhamsyah. 2021. *Pengantar Strategi Kreatif Advertising*. Cetakan Pertama. Andi. Yogyakarta.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ina Primiana. 2012. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Isnaini, N. 2015. *Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sebelum dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Beringharjo Yogyakarta*. Skripsi diterbitkan. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Isyanti. 2017. *Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kegiatan Simpan Pinjam Perempuan (SPP) pada Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan*. Skripsi diterbitkan. Luwu Timur. Universitas Hasanudin Makasar
- Izza Syafira. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva Di Sidoarjo*. Skripsi diterbitkan . Surabaya. Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya.
- Karla Amalia. dan c. R., Zahara., 2020. *Antisipasi Resesi dan Krisis Pangan Akibat Pandemi*. Cetakan Pertama. Syiah Kuala University Press. Aceh.
- Khalib Alia Akhmad. 2015. *Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif di Kota Surabaya)*. Duta.Com ISSN. 9(1), h.43-52.
- Kotler,p., dan Armstrong,G. 2012. *Principles Of Marketing*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Mamik. 2015. *Metode kuantitatif*. zifatama Publisher. Taman Sidoarjo.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. PT Remaja Rosdakarya. Badung.

- Mutia Maharani. 2012. *Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Coffee Toffee Indonesia)*. *Jurnal Teknik Pomits*.1(1), h.1-6.
- Nufian,S.dan Wayan ,W. 2018.*Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Cetakan Pertama.UB Press.Malang
- Pribadi, W. 2010. *Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet: Mempromosikan Bisnis dan Menjaring Pasar Lebih Luas*. Jakarta:Bukuné.
- Ramsunder, M. 2011. *The Impact of Social Media Marketing on Purchase Decisions In The Tyre Industry*. Paper. Faculty of Business and Econo.
- Rangkuti, F. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Cetak Pertama. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Regina Trifena Saerang. 2020. *Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Peningkatan Daya saing UMKM (Food & Beverage) di Kota Manado*. *Jurnal EMBA*. 8(4). h. 1172-1181.
- Roqu'iyeh. 2012. *Pengaruh Motivasi Intrintik Terhadap Kinerja Karyawan (Study kasus PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Syariah Malang*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sandu Siyoto dan M Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. Yogyakarta.
- Soeharto Prawirokusumo. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta CV, Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif ,Kualitatif ,dan R&D)*, Alfabeta CV, Bandung.
- Sugiyono.2013.*Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta CV, Bandung.
- Sunarta.2007.*Riset Pasar*. Skripsi diTerbitkan. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suranto AW. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Taufiq, A. G, Putri, w., dan Afrillia., 2020. *Covid-19 Dampak dan Solusi*. Edisi Revisi. Syiah Kuala Universitas Press. Borneo.
- Tika H. Moh. Pabundu, 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Cetakan Pertama. PT Bhumi Aksara. Jakarta.

- Tulus Tambunan., 2020. *Politik Ekonomi dan Pariwisata di Masa Covid-19*. Cetakan Pertama. Lp3es. Depok.
- Wulan,P. S., dan Lydia, I., 2019. *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*.Cetak Pertama. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zainal Musttaqin., 2011. *Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern*, Jurnal Ilmiah Sistem Informasi,1(2). h. 103-109.
- Zainatul Mufarrikoh.,2020. *Statistik Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. CV.Jakad Media Publishing. Surabaya.
- Zulaikha., 2020. *Bisnis UMKM di Tengah Pandemi*. Cetakan Pertama. Unitomo Press. Surabaya.
- Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia. 2017. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. <http://www.depkop.go.id/data-umkm>. 24 januari 2021 (13.52).
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020>, Diakses Pada Tanggal 24 Februari 2021 (14:12).
- <https://lampung17.com/2020/08/26/dinas-koperasi-metro-umkm>, Diakses Pada Tanggal 24 Februari 2021 (14:30).
- <https://www.beritasatu.com/berita-grafik/715689/data-kasus-aktif-covid19-sampai-2-januari-2021>, Diakses Pada Tanggal 03 Januari 2021 (21:25).
- <https://www.umkmindonesia.id>.Diakses pada Tnggal 24 Februari 2021 (14.00).