

DAFTAR PUSTAKA

- Annur C.M. (2023). Indonesia Jadi Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Ke-4 di Dunia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Athfal, M., Wulandari, S., & Aurachman, R. (2022). Perancangan Strategi Digital Marketing pada Produk Bumbu Instan Noeya Menggunakan Metode Sostac. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(2), 137-150.
- Bissell, G. (2017). Management strategies: In *Organisational behaviour for social work*. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1t891zp.14>
- BPS (2024) Jumlah Usaha Industri Mikro dan Kecil Menurut Klasifikasi Industri (Unit), 2020-2021 <https://sulut.bps.go.id/indicator/9/1793/1/jumlah-usaha-industri-mikro-dan-kecil-imk-menurut-klasifikasi-industri.html> (Diakses pada 16 Agustus 2024)
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence*, 5th edition (5th ed.).
- Chaffey, D (2019). *Digital Marketing Strategy*. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/digital-marketing-strategy/>
- Chandler. (2018). *Strategy and Structure: Chapters in the History of American Industrial Enterprise*. 488.
- David, F. R., dan David, M. E. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Pearson. In *Pearson Education Limited*.
- M.Junaidi (2023) UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html> (Diakses pada 15 April 2024)
- Ellis-Chadwick, F., & Chaffey, D. (2012). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson.
- Fatkhan, R. A., & Chasanah, U. (2024). *Dampak Inovasi Produk dan Digital Marketing Pada Pertumbuhan UMKM : Studi Kasus di Sektor Industri Kreatif*. 1(July), 537–544.
- Firdho, M., Suhendra, A. A., & Wulandari, S. (2023). Perancangan Strategi Digital Marketing pada Produk Amelia Brownies Menggunakan Metode SOSTAC. *eProceedings of Engineering*, 10(3).
- F. Hidranto, “KUR UMKM Didongkrak Naik,” *indonesia.go.id*, Apr. 12, 2021.

<https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2682/kur-umkm-didongkrak-naik> (Diakses pada 16 Agustus 2024).

Gary Armstrong Kotler, P. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson Education Limited*.
<https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>

Hitt, Ireland, dan H. (2019). *Globalization Concepts and Cases*.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo press*.

Ismali, K. (2018, December 10). Social Media Influencers: Mega, Macro, Micro or Nano. <https://www.cmswire.com/digital-marketing/social-media-influencers-mega-macro-micro-or-nano/>

Karina Nine Amalia, Tri Agustina Nugrahani, G. D. S. (2022). PENGGUNAAN FITUR INSTAGRAM UNTUK PENINGKATAN PROFIT UMKM GARMEN MENGGUNAKAN METODE ACTION RESEARCH. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 293–297. <https://doi.org/10.32837/11300.22763>

Kurniawan, V. (2023). Pengaruh UMKM (Ushaa Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024. *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(1), 1–9.

Lestari, E., Mastura, M., Ridjal, M. I., & Mulya, N. A. (2023). Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Web pada Kue Melayu Mak Cik Cam Kota Medan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 125–134. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i2.276>

Listrianto, R. I., Suhendra, A. A., & Alam, P. F. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pada HeliKopi Menggunakan Metode SOSTAC. *Journal of Production, Enterprise, and Industrial Applications*, 1(1), 60. <https://doi.org/10.25124/jpeia.v1i1.6785>

Maulana, Shabur (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang) *Jurnal Administrasi Bisnis*. 29 (1), 1-9. Diunduh dari: <https://media.neliti.com/media/publications/86512-ID-none.pdf>

Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.

Pahlevi (2022). Nilai Transaksi Layanan Pesan Antar Makanan Indonesia (2022) <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-nilai-transaksi-gofood-lebih-besar-dari-shopeefood-dan-grabfood>

Paulina Nainggolan, L., Bisnis, A., Pradhanawati, A., Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, F., Diponegoro, U., & Hidayat, W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun*, 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>

- Puntoadi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Purwana. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Journal of New Media and Communication*, 1, 17. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Putri, S., Aisyah, S., Diba, F., Yanti, L., & Valletha, M. (2023). Pengaruh Peningkatan Strategi Marketing Melalui Instagram Ads (Advertising) Terhadap Keputusan Membeli Produk UMKM | Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis. *Jurnal Bidang Penelitian Advertising Dan Desain Grafis*, 1(2), 129–134.
- Rothaermel, F. (2017). *Strategic Management*.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sholihin, M., & Mujilahwati, S. (2016). Dampak Pemanfaatan e-commerce terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan). *Jurnal Teknik*, 8(1), 765–769.
- Silviana, M (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo). 1–48.
- Stanley, J. R., & Kurnia, P. R. (2017). Pengaruh Customer Satisfaction Dan Membership Card Loyalty Terhadap Store Loyalty Pada Industri Ritel Kategori Minimarket Di Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 10(1), 16–28. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v10i1.67>
- Sugianto, V. A., Mahardika, W. K., & Wijayanti, Y. (2023). Strategi Pemasaran Digital pada Ayam Panggang Sunmor menggunakan Model SOSTAC. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 197–207.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sukmawati (2022). PTKP 2024 Bagi Wajib Pajak: Simak Aturan Terbaru <https://www.pajakku.com/read/633e8168b577d80e80bb2f17/PTKP-2024-Bagi-Wajib-Pajak:-Simak-Aturan-Terbaru>
- Syafitri, W. R., & Hartuti, H. (2024). Efektivitas Dan Efisiensi Penarapan E-Commerce Dalam Daya Saing Usaha. *An Nafi': Multidisciplinary Science*, 1(1), 26–37. <https://edujavare.com/index.php/rmi/index>

- Syeron, I. V. (2019). Perumusan Strategi Dengan Menerapkan Analisis Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kerangka Kerja Enam Jalan, Dan Visualisasi Strategi Pada Jasa Persewaan Alat Outdoor. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 9–18.
- Wardhanie, Ayoubi & Kartikasari, Puspita & Eko Wulandari, Sri. (2018). Pertumbuhan Bisnis Melalui Metode O2O pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. 12. 76-83.
https://www.researchgate.net/publication/328904155_Pertumbuhan_Bisnis_Melalui_Metode_O2O_pada_Usaha_Mikro_Kecil_dan_Menengah_UMKM_di_Indonesia
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., Andini, D. S., & Fitroh, F. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial Instagram Terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 163–179
- We Are Social (2023). Digital 2023 – We Are Social Indonesia
<https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/> (Diakses pada 17 April 2024)
- Wibawa, R. C., Pratiwi, C. P., & Larasati, H. (2021). The Role of Nano Influencers Through Instagram as an Effective Digital Marketing Strategy. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 198, 233–238.

