

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022, Desember 01). *Ini Jenis Media yang Paling Banyak Menyedot Perhatian Konsumen*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/ini-jenis-media-yang-paling-banyak-menyedot-perhatian-konsumen>.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*, <https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>.
- Databoks.2018. *Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia*. [Internet]. [diunduh pada 2020 Maret 1]. [Tersedia pada: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>].
- Fatmawati, N. (2021, November Selasa). *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat*. Retrieved from djkn.kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>.
- Huda, M., & Prasetyo, A. (2020). Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial pada UMKM di Kabupaten Kebumen. *Ekonomi dan Teknik Informatika*, 8(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.37601/jneti.v8i1.126>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, Oktober 01) *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. (n.d.). [www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id).
- Pramita, K., & Manafe, L. A. (2022). Personal Selling Implementation and AIDA Model; *Attention, Interest, Desire, Action*. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 5(3), 487–494. <https://doi.org/10.29138/ijeed.v5i3.1846>.
- Pratama, I. A., & Setiyarini, T. (2023). Analisis Efektivitas Promosi pada Media Sosial Instagram PT. Sejahtera Wahana Gemilang Surabaya Ilvan. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(Vol. 6 No. 2), 31–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.37112/bisman.v6i2.2666>.
- Prautami, I. (2022). Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram dan Facebook @Abouttng pada UMKM di Kota Tangerang. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 8(2), 153–164. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i2.6991>
- Purba, M. A. (2019). ANALISIS PENERAPAN SAK EMKM PADA PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UMKM DI KOTA BATAM. In *Mortigor Afrizal Purba JURNAL AKUNTANSI BARELANG* (Vol. 3, Issue 2).
- P.V Anthonia, L. Zahar, & D.Z Nizar. (2022). Rebranding Kopi Krampoel untuk Meningkatkan Popularitasnya di Kalangan Generasi Z. *Rupaka. Economics and Digital Business Review*, 4(1).

- Ramadhany, D. F. (2020). Efektivitas Promosi *Online* Melalui Instagram dengan AIDA Model pada UKM Pisang Nugget di Jember. repository um jember. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/4167>.
- Rizaty, M. A. (2023, Maret 30). *Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-Instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>.
- Skawanti, J. R., & Sungkar, F. A. (2023). Pengaruh Instagram Marketing dengan Model AIDA terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Daiji Raamen Bogor. *Bogor Hospitality Journal*, 7(1), 33–44. <https://doi.org/10.55882/bhj.v7i1.73>.
- Sri Mulyani. (2022, August 24). *Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian*.
- Suharyati, & Isnainiyah, I. N. (2019). Internet Marketing bagi Perajin Tradisional Baduy. *Jurnal MITRA*, 3(2), 130–140.
- Ting, H., Wong Poh Ming, W., De Run, E., & Choo, S. (2019). Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation*, 2(February), 15–31. [https://www.researchgate.net/publication/272026006\\_Beliefs\\_about\\_the\\_Use\\_of\\_Instagram\\_An\\_Exploratory\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/272026006_Beliefs_about_the_Use_of_Instagram_An_Exploratory_Study).
- Yusra, Y. (2022, September 29). *Laporan Populix: 86% Masyarakat Belanja Melalui Platform Media Sosial*. Retrieved from dailysocial.id: <https://dailysocial.id/post/laporan-populix-86-masyarakat-belanja-melalui-platform-media-sosial>