

DAFTAR PUSTAKA

- Abideen Ayokunmi, Lawal, Noor Aslinda, Abu Seman, and Umi Kartini Rashid. 2022. 'The Relationship between Sosial Media Marketing and SMEs Performance in Nigeria: A Systemic Literature Review'. *Journal of Positive School Psychology* 2022(3):8665–73.
- Adena Khumairoh & Novita Nur Fitria Dewi. 2020. 'STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM TAKOTO JOMBANG'. 13(1):93–102.
- Alalwan, Ali Abdallah, Nripendra P. Rana, Yogesh K. Dwivedi, and Raed Algharabat. 2017. 'Sosial Media in Marketing: A Review and Analysis of the Existing Literature'. *Telematics and Informatics* 34(7):1177–90. doi: 10.1016/j.tele.2017.05.008.
- Bisnis, Jurnal Manajemen. 2020. 'Analisis Sosial Media Marketing Dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto Ayu Setianingtyas (1) Eka Indah Nurlaili (2)'. 17(2):207–23.
- Chrimardani, Yustina, and Triana Setiyarini. 2020. 'DAMPAK DAN TANTANGAN DALAM IMPLEMENTASI SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK UMKM'. *Competence : Journal of Management Studies* 13(2):170–83. doi: 10.21107/kompetensi.v13i2.6831.
- Com, Bukalapak, Novita Sari, Muhammad Saputra, and Jamaluddin Husein. 2017. 'PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE'. 03(01):96–106.
- Harahap, Hamida Syari, Nita Komala Dewi, and Endah Prawesti Ningrum. 2021. 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM'. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Sosial Sciences* 3(2):77. doi: 10.32493/jls.v3i2.p77-85.
- Imron I. 2019. 'Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang'. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*.

- Liao, Shu Hsien, Retno Widowati, and Yu Chieh Hsieh. 2021. 'Investigating Online Sosial Media Users' Behaviors for Sosial Commerce Recommendations'. *Technology in Society* 66(February):101655. doi: 10.1016/j.techsoc.2021.101655.
- Purwana, Dedi, R. Rahmi, and Shandy Aditya. 2017. 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit'. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1):1–17. doi: 10.21009/jpmm.001.1.01.
- Shopee, Studi E-commerce. 2022. 'Journal of Economics and Business Aseanomics Peran Digital Marketing Dalam Memediasi Pengaruh Electronic Word Of Mouth , Promosi Dan Harga Terhadap Impluse Buying'. 7(2):71–86.
- Studi, Program, Sistem Informasi, Universitas Atma, and Jaya Yogyakarta. 2022. 'Fenomena Racun TikTok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi COVID-19'. 2(1):193–200.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Vol. 15. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksono, Juli. 2020. 'Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri'. *Generation Journal* 4(1):41–47. doi: 10.29407/gj.v4i1.13906.
- Syehabuddin, Abidzar, Dewi Pungkawati, and Entri Melyani Sahara. 2022. 'Optimizing Muara Coffee and Space Digital Marketing Strategy Using Instagram'. 2(2):24–30.
- Terhadap, Pengaruh E-wom, Citra Perusahaan, Sri Rahmi Putri, and Rizki Amalia. n.d. 'DAMPAKNYA TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA SITUS ONLINE SHOPEE . ID'. 3(2):75–84.
- Umiyati, Etik, and Erni Achmad. 2021. 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Online Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi'. *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16(2):255–66. doi: 10.22437/jpe.v16i2.12555.
- Wiranata, M. A. ,. & Chandra, W. 2023. ' Evaluasi Usability Aplikasi Mobile Ojek Indralaya (Ojin) Menggunakan System Usability Scale.'