

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Dr. Ir. Sudarto, *Peluang Usaha IKM Kopi*, 2017.
- [2] E. Rijanto and H. A. Sarwono, "Title," unpublished|.
- [3] Y. R. Suci, "PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA)," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* vol. 6, p. 8, 2017.
- [4] A. b. p. Irianto, "Pemanfaatan Sosial media untuk meningkatkan *market share* UKM," *TEKNOMATIKA*, vol. 8, p. 13, 2015.
- [5] Y. Tresnawati and K. Prasetyo, "Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial," *Profesi Humas*, vol. 3, p. 18, 2018.
- [6] A. Susanto, C. A. Sari, D. R. I. Moses, E. H. Rachwanto, and I. U. W. Mulyono, "Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online," *Abdimasku*, vol. 3, p. 10, 2020.
- [7] R. Yuliana, "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR MATIK BERUPA SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SEMARANG," *JURNAL STIE SEMARANG*, vol. 5, p. 14, 2013.
- [8] K. A. P. Indrawati, I. n. Sudiarta, and I. w. Suardana, "EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN INSTAGRAM SEBAGAI SALAH SATU STRATEGI PEMASARAN DI KRISNA OLEH-OLEH KHAS BALI," *JurnalAnalisis Pariwisata*, vol. 17, p. 6, 2017.
- [9] S. Budiarto, "STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MARK PLUS & Co DI KANDATEL JAKARTA," *INDEPT*, vol. 3, p. 12, 2013.
- [10] M. N. A. Rini and M. R. Shihab, "Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM," *JUTEI*, vol. 2, p. 12, 2018.
- [11] K. Lardi and R. Fuchs, *SOCIAL MEDIA STRATEGY*. Switzerland: Zhaw School of Management and Law, 2013.
- [12] Pujakesuma. (2020, 7 Januari 2020). *Teori Penjualan AIDAS Untuk Bisnis*. Available: <https://www.bizznet.my.id/2020/12/teori-penjualan-aidas-untuk-bisnis.html>

