

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. United States: Cengage Learning.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers
- Burnett, John & Sandra Moriarty. (1998). *Introduction to Marketing Communication*. New Jersey: Prentice Hall.
- Cahyawati, A. N. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Umkm Bakery X Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(2), 113–121. <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v8i2.6893>
- Clow, K. E., & Baack, D. (2022). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, 9th edition. London: Pearson Education.
- Deddy Mulyana, 2011, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, P.T Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fahmi, Irham. 2013. “*Pengantar Manajemen Keuangan*”. Bandung : Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fatmawati, A. 2016. *Pengembangan Perangkat Pembelajaran Konsep Pencemaran Lingkungan Menggunakan Model Pembelajaran Berdasarkan Masalah Untuk SMA Kelas X*. Jurnal Edusains, Vol. 4 No. 2, 2338-4387

- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. SAGE Publications Limited.
- Henry Faizal, Noor. (2007). *Ekonomi manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hovland, Carl I., Irving K. Janis, and Harold H., Kelley (1953), *Communication and Persuasion*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Iskandar. 2018. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta : GP Press
- Kominfo. (2011). Sejarah Kementerian Komunikasi dan Informatika. In *Kominfo*.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/457/sejarah/0/page>
- Konsumsi Fesyen Indonesia Berada Di Posisi Dua Dunia - Bisnis Bandung*. (n.d.).
<https://www.bisnisbandung.com/nasional/pr-3982945735/konsumsi-fesyen-indonesia-berada-di-posisi-dua-dunia>
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition United States of America : Pearson
- Liputan6. (2022). 9,5 Juta UMKM Sudah Masuk Ekosistem Digital hingga Juni 2022. In *Liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5036387/95-juta-umkm-sudah-masuk-ekosistem-digital-hingga-juni-2022>
- McNally, D., & Speak, K. D. (2004). *Be Your Own Brand: Resep Jitu Meraih Personal Brand yang Unggul*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Miles, Mathew B., dan A. Michael Huberman. 1994. *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.

- Moloeng, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja. Bandung: Rosdakarya.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. In Jakarta: Prenada Media Group.
- Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novianita R, Nur Fitria, et. Al. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Era New Normal*.
- Octavianus, Wungwow Raymond. (2018). Pengaruh pengalaman kerja dan pelatihan terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Terapan Manajemen Vol 3 No 6*.
- Oktarina Yetty, A. Y. (2017). Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik. In *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*.
- Prasetyo, A., & Huda, M. (2019). *Analisis Peranan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Kebumen. Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 26–35. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i1.309>
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant Marketing For Busy People*. Esensi, Divisi Penerbit Erlangga.
- Rizaty, M. A. (2021). Jumlah E-Commerce di Jawa Barat Terbanyak Nasional. In *Databoks* (pp. 1–1). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/17/jumlah-e-commerce-di-jawa-barat-terbanyak-nasional>

- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sari, S. P. (2022). Indonesia Target Jadi Pusat Fashion Muslim, Tren Busana Syari Berkembang. In *I News*. <https://www.inews.id/lifestyle/muslim/indonesia-target-jadi-pusat-fashion-muslim-tren-busana-syari-berkembang>
- Schultz, D.E. and Schultz, H.F. (2004), *IMC the next generation: five steps for delivering value and measuring returns using marketing communication*, McGraw-Hill.
- Sugi, P. (n.d.). *Apa itu Integrated Marketing Communication_ Berikut Pembahasannya*. <https://kledo.com/blog/integrated-marketing-communication/#:~:text=Integrated marketing communication atau komunikasi pemasaran terpadu adalah proses perencanaan, dalam jangka waktu yang lama.>
- Sugiyono (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutriyanto, E. (2022). UMKM Indonesia Masih Hadapi Kendala Rendahnya Literasi Digital. In *Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2022/05/19/umkm-indonesia-masih-hadapi-kendala-rendahnya-literasi-digital>

Wijoyo, H., Hamzah, V., Widiyanti, & Sunarsi, D. (2021). *Digitalisasi UMKM masih rendah.pdf*