DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2025, 31 Desember). *Statistik penyediaan makanan minuman 2024*. https://www.bps.go.id/id/publication/2025/12/31/e46a55af756331ede8016b91/statistik-penyediaan-makanan-minuman-2024.html

Fawwaz, & Oktavianti, R. (2022). Strategi komunikasi pemasaran UMKM di bidang makanan dan minuman melalui media sosial Instagram di tengah pandemi Covid-19 di Indonesia. *Kiwari, 1*(1). https://doi.org/10.24912/ki.v1i1.15582

Fawwaz, M. R., & Oktavianti, R. (2022). Peran Media Sosial dalam Membangun Positioning UMKM Makanan dan Minuman. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(1), 45–58.

Fikriansyah, & Christantyawati, N. (2024). Komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari, 6*(1). https://doi.org/10.31539/joppas.v6i1.11283

Fikriansyah, A., & Christantyawati, N. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 112–126.

Jaya, E. V., Alfredo, V., Kho, N., Novianto, & Robben. (2026). Analisis strategi komunikasi pemasaran pada UMKM Pempek Tina Batam. *Jurnal Spektrum Ekonomi, 9*(1).

Jaya, A., Alfredo, M., Kho, J., Novianto, R., & Robben, K. (2026). Strategi Konten Visual dan Pelayanan Personal UMKM Kuliner dalam Memperkuat Hubungan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 89–102.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Lotte, L. N. A., Bopeng, L. S., Ajoi, J. M. D. P., & Tataming, R. (2025). Penerapan digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran pada UMKM sektor kuliner. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4*(2), 1516–1522. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.676

Lotte, S., Bopeng, M., Ajoi, F., & Tataming, H. (2025). Pemanfaatan Media Digital Berbasis Lokasi Sebagai Sarana Promosi Efektif UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, 7(3), 201–215.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenadamedia Group.

Mufidda, A. (2026). Strategi komunikasi pemasaran digital UMKM di era media sosial. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora, 10*(1), 448–454. https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v10i1.6247

Mufidda, A. N. (2026). Strategi Komunikasi Digital UMKM: Konsistensi Informasi dan Kecepatan Respons terhadap Keputusan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Pemasaran*, 10(1), 34–48.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.