

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., & Hendra, H. (2023). "Inovasi Produk Dalam Konteks Pemasaran Internasional: Strategi Dan Implementasi". *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2523-2528.
- Al-Bahri, I. F., Renata, F., Aprillia, D. D., Sajidha, A., Fitriyana, W. T., Makmun, M. S., ... & Lestaringrum, A. (2024). "Strategy for Using Social Media As A Means of Digital Business Promotion for UMKM Bolu Al-Rindu Ringinanom Kidney Kediri City". *DIMAR: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 18-25.
- Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023, September). "Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram dan Tiktok untuk Meningkatkan Penjualan". In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, (Vol. 8, pp. 14-26).
- Ashley, C., & Tuten, T. (2015). "Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement". *Psychology & Marketing*, 32(1), 15 – 27.
- Erdogmus, I. E., Cicek, M. (2012). "The impact of social media marketing on brand loyalty". *Procedia – Social and Behavior Sciens*, 58, 1353 – 1360.
- Godey, B., Manthiou, A., Pedezoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Dovinto, R., & Singh, R. (2016). "Sosial media marketing efforts of luxury brand: Influence on brand equity and consumer behavior". *Journal of Business Research*, 69(12), 5833-5841
- Hadiwijaya, H., & Prasetya, D. (2023). Meningkatkan Kualitas Produk dan Daya Saing melalui Inovasi dan Pemasaran Digital Pada Pengrajin Sangkar Burung di Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 289–295. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i5.142>
- Hajli, N. (2014). "A study of the impact of social media on consumers". *International Jurnal of Market Research*, 56(3), 387 – 404.
- Kannan, P. K. (2017). "Digital Marketing: A framework, review and research agenda". *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the word, unite The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons*, 53(1), 59 – 68.
- Loqman Ananta Azaria, & Sumainah Fauziah. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Ekspor Bagi UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 77–82. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.147>
- Nitisusastro, M. (2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Nugraha, A. F., Ramdhan, S., & Puspitasari, N. D. (2023). "Implementasi Filter Augmented Reality sebagai Strategi Brand Marketing untuk Meningkatkan Penjualan". *Jurnal Teknoinfo*, 17(2), 616-625.
- Santoso, A. M., Damayanti, B. P., Firdhausi, A. F., Lianawati, D., Rachmah, I., DM, N. T. S., ... & Dara, M. A. D. W. (2021). "Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Pengrajin Gerabah Tanah Liat Kedungsari di Kabupaten Kediri". *Kontribusi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 66-74.
- Saragih, L. S., Putriku, A. E., Sari, S. D., Laia, Y. N., & Syahputra, Y. (2024). "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0". *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63-72.
- Sayekti, A., Putri, M. E., & Makarim, M. N. (2023). "Strategi Pemasaran Dengan Memanfaatkan Sosial Media Pada Perusahaan Ikifarm Hidroponik, Kabupaten Bogor". *Jurnal Sosial Terapan*, (1), 1-11.
- Suharto, T., Nugroho, R. P., & Suryani, I. (2022). "Cross-Cultural Branding Strategies for Enhancing Product Acceptance in Global Markets". *International Journal of Marketing Strategies*, 8(1), 21-33.
- Sulaksono, J. (2020). "Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) desa tales kabupaten kediri". *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Permasalahan, dan Kebijakan*. Jakarta: LP3ES. Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.