

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, E. N., Fauji, D. A. S., Ismayantika, Puspasari, D., Rahadheng, E. R., Nurjanah, D., Mahmud, Saptaria, L., Rahhma, F., Subhan, E. S., Arisman, A., & Utami, B. (2021). Transformasi bisnis digital. In *Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI*.
- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(6), 4888. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Anshori, M. Y., Mardhotillah, R. R., & Agustina, H. (2023). Pengembangan Umkm Berbasis Digital Di Karangrejo Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 115–120. <https://doi.org/10.33086/snpm.v3i1.1239>
- Balai Pelestarian Kebudayaan Wilayah XI. (2022). *Sejarah Tenun Ikat Kediri*. Info Budaya. Retrieved April 14, 2025, from <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpkw11/sejarah-tenun-ikat-kediri/>
- Bastian, Winard, I., Djatu, R., Fatmawati, & Dewi. (2018). Metoda Wawancara. *Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data, October*, 53–99.
- Chams, N., & García-Blandón, J. (2019). On the importance of sustainable human resource management for the adoption of sustainable development goals. *Resources, Conservation and Recycling*, 141(September 2018), 109–122. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.10.006>
- Citriadin, Y. (2020). Metode penelitian kualitatif (suatu pendekatan dasar). In *Sanabil Creative*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick. (2022). *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi dan Praktik* (hal. 534).
- Dimasuharto, N., Subagyo, A. M., & Fitriani, R. (2021). Optimalisasi Biaya Pendistribusian Produk Kaca Menggunakan Model Transportasi Dan Metode Stepping Stone. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 81–88. <http://dx.doi.org/10.30656/intech.v7i2.3513>
- Donoriyanto, D. S., Indiyanto, R., Juliardi A. R., N. R., & Syamsiah, Y. A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 42–50. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.22>
- Dwitri Waluyo. (2024). *UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis*. INDONESIA.GO.ID. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis?lang=1>.
- Efektif Atasi Kendala Permodalan UMKM, Pencairan Kurnia Tembus Rp.2 M.* (2022). PEMKOT KEDIRI. <https://www.kedirikota.go.id/p/berita/10110497/efektif-atasi-kendala-permodalan-umkm-pencairan-kurnia-tembus-rp2-m>.

- Erlina F. Santika. (2023). *Kontribusi Usaha Mikro RI untuk PDB Hampir Menyamakan Perusahaan Besar*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/perdagangan/statistik/3dd0a9aa20bb9be/kontribusi-usaha-mikro-ri-untuk-pdb-hampir-menyamakan-perusahaan-besar>
- Fatini et al. (2021). Media Sosial Dianggap Mampu Melakukan Fungsi Dari Dauran Promosi Secara Terpadu Hingga ke Tahap Transaksi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 126–131. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4575272#.YEAONaLn1YM.mendeley>
- Fransiska, E. (2023). *Penggunaan Fitur Tiktok Live Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Hbi Hijab (Application of Simplex Method To Optimize the Use of Tiktok Live Features in Increasing Sales of Hbi Hijab Products)*. 05(02), 1–14.
- Gunawan, A. (2023). Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022. *Jurnal PBM: Pengembangan Bisnis Dan Manajemen*, 23XXIII(43), 95–109.
- Harahap, M. G., Krahara, Y. D., Polimpung, L. J. C., Hasanah, Ramadhi, Fikriando, E., Nurdin, Siddiqa, H., Annas, M., Rachmadi, K. R., Anggraini, D. T., Sangadah, H. A., Shofia, Al., Junaida, E., Meliana, & Chakim, M. H. R. (2024). *PERILAKU KONSUMEN Teori dan Praktik* (Issue July).
- Ismayantika, B., & Puspasari, D. (2021). *Plagiasi Buku Ref Pajak UMKM . pdf*.
- Josua Tarigan, R. S. (2013). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Kaplan, A. M. (2017). Social Media , the Digital Revolution , and the Business of Media. *International Journal on Media Management*, 17(4), 197–199. <https://doi.org/10.1080/14241277.2015.1120014>
- Kusbiantoro, D. (n.d.). Jumlah usaha mikro di Kota Kediri tumbuh 14,5 persen. *ANTARAJARIM*. <https://jatim.antaranews.com/berita/600657/jumlah-usaha-mikro-di-kota-kediri-tumbuh-145-persen>
- M. Sobry, & Prosmala Hadisaputra, M. P. . (2020). Penelitian kualitatif Penelitian kualitatif. In *Bandung: PT. Remaja Rosda Karya* (Issue c). http://www.academia.edu/download/54257684/Tabrani._ZA_2014-Dasar-dasar_Metodologi_Penelitian_Kualitatif.pdf
- Manikonda, L., Venkatesan, R., Kambhampati, S., & Li, B. (2015). *Trending Chic: Analyzing the Influence of Social Media on Fashion Brands*. <http://arxiv.org/abs/1512.01174>
- Marhamah, S., Indrawati, D., Ph, D., & Tjahjono, I. (2016). Pengaruh Faktor-Faktor Pembentukan Perilaku Konsumen Terhadap Niat Perilaku Konsumen Pada Belanja Online (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone di Jawa Barat) The Influence Of The Factors Form Consumer Behavior Toward Consumer Behavioral Intetion In Online. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 969–976.
- Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif untuk bidang kesehatan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mesran, M., Suginam, S., Joli Afriany, & Dwika Assrani. (2024). Optimalisasi Peningkatan Penjualan Menggunakan Media Sosial Tiktok. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 395–401. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i4.1531>

- Mikalef, P., Krogstie, J., Pappas, IO, & Pavlou, P. (2018). Kemampuan analisis big data: tinjauan pustaka sistematis dan agenda penelitian. *Sistem Informasi Dan Manajemen E-Bisnis*, 547–578. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10257-017-0362-y>
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents and Consequenc-. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 187–196.
- Mudasir. (2024). Wawancara dan Observasi. In *Pembangunan DAM* (Issue July).
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media Pendit. Bandung Remaja Rosda Karya 2016.
- Natalina, S. A., Zunaidi, A., & Rahmah, R. (2021). Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM Di Masa Pandemi di Kota Kediri. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 5(2). <https://doi.org/10.30762/itr.v5i2.3376>
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 8(2), 177–1828. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>
- Nopriyanto, D., Subagyo, & Widodo, M. W. (2023). Keunggulan Bersaing Memediasi Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2(1), 814–825.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Selalu belajar Manajemen Pemasaran* (15th, berilu ed.). Pearson.
- D., Diandra, D., Adrian, A., Wijanarko, A., Moerales, H. A., & Satoto, A. A. (2024). *Journal of Technopreneurship*. 6(1), 34–43.
- Prasetyo, B., Suprayogi, Y., Widodo, A., Telekomunikasi, A. J., & Bojongsoang, T. B. (2024). *Optimalisasi Pemasaran Digital sebagai Strategi Utama Meningkatkan Daya Jual dan Pertumbuhan UMKM Optimizing Digital Marketing as a Main Strategy to Increase Selling Power and Growth of MSMEs Universitas Telkom , Indonesia*. 63–69.
- Prospek UMKM Kota Kediri Besar, Wali Kota Kediri Optimis Produk UMKM Bisa Tembus Pasar Ekspor. (2021). *PEMKOT KEDIRI*. <https://www.kedirikota.go.id/p/berita/10110205/prospek-umkm-kota-kediri-besar-wali-kota-kediri-optimis-produk-umkm-bisa-tembus-pasar-ekspor>.
- Purnomo, D., Rakhmadani, D. P., Husein Lubis, M. R., Arum, M. P., & Purbaya, M. E. (2022). Optimisasi Kata Kunci SEO Untuk Peningkatan Pemasaran Digital. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 8–15. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i1.15233>
- Putri, C. A. P., Subagyo, & Widodo, W. (2023). Pengaruh live streaming, online customer review dan cashback promotion terhadap minat beli produk pada fitur TikTok shop. *Simposium Manajemen Dan Bisnis (SIMANIS)*, 2, 189–198. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3182>
- Qurrota Ayun. (2024). *Tenun Ikat Kediri Yang Abadi*. Tirto.Id. Retrieved November 10, 2024, from <https://tirto.id/tenun-ikat-kediri-yang-abadi-g2cN>

- Subagyo, D., & Purnomo, H. (2023). *Manajemen UMKM Berkelanjutan. VIII*, 1–140. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Alamsyahbana/publication/369450339_Manajemen_UMKM_Berkelanjutan/links/641bc47166f8522c38c78a15/Manajemen-UMKM-Berkelanjutan.pdf#page=14
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi UMKM. In *Digitalisasi Ukmk*. https://repository.unja.ac.id/48024/1/DIGITALISASI_UMKM%281%29.pdf#page=64
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran Strategik. March*, 5–6.
- Triyono, W. A., & Toni, A. (2020). Jurnal Pewarta Indonesia. *Susiwyat Chandra1, Gracia Rachmi Adiarsi2*, 2(1), 113–120.
- Ummah, M. S. (2019). Peran Personal Selling Terhadap Penjualan (Menggunakan Pendekatan Fenomenologi Pada Reseller Malang Strudel Di Stasiun Kota Baru Malang)
- Wardhana, A. (2022). *Teori perilaku konsumen*. CV. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2023). Instrumen Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Issue November).
- Zaidan, M., & Fitriani, A. (2024). *Optimalisasi Pemasaran Digital Adaptif Untuk Mendorong Keberlanjutan E-Commerce di Era Transformasi Digital*. 5(2), 1–8.
- Zaini, P. M., Zaini, P. M., Saputra, N., Penerbit, Y., Zaini, M., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue May).
- Zuhdi, M. H., Yuliani, N., Digital, P., & Padjadjaran, U. (2024). *Optimalisasi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Bengkel Sepeda Tenda Biru Bandung*. 7(3), 103–117.