DAFTAR PUSTAKA

Anang Firmansyah. (n.d.). *Buku Komunikasi Pemasaran*.

Anindita Trinura Novitasari. (2022). *Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah*.

Aprila Niravita, Waspiah, Dian Latifiani, Yustina Dhian Novita, Muhammad Adymas Hikal Fikri, Ayup Suran Ningsih, &)Harry Nugroho. (2024). *Peningkataan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Kopi Di Kabupaten Temanggung Melalui Legalitas Usaha*. Aris Ariyanto, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*.

Arndt, J. (1967). *Word of mouth advertising : a review of the literature*. New York (N.Y.) :Advertising research foundation. http://lib.ugent.be/catalog/rug01:001973815

Artanti, A., & Adinugraha, H. H. (n.d.). *Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Produk Home Industri Mie Eblek Desa Kasepuhan)*. http://repository.usu.ac.id

Asep Hidayat, Surya Lesmana, & Zahra Latifah. (2022). *Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*.

Asryatun Nisa Br Ginting, Cindy Alya Tantri, Ezika Aquilera Sitio, & Hanifa Ayu S. (2025). Membangun UMKM yang Berkelanjutan: Kunci Mewujudkan Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 3(1), 159–167.https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v3i1.1221

Atmariani Artanti. (2020). *Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Masa Pndemi Covid 19 (Studi Pada Produk Home Industri Mie Eblek Desa Kasepuhan)*. http://repository.usu.ac.id

Budiarti, A. (2025). *Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial Dakam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Terhadap Influencer UMKM Batik Ngejreng Di Kota Surabaya*. https://e- jurnal.stiebii.ac.id/index.php/ekonomibisnis

Buttle, F. (1998). Word of mouth: Understanding and managing referral marketing.

Journal of Strategic Marketing, *6*, 241–254. https://doi.org/10.1080/096525498346658

Capriyan Latara Indah, Rafly Alfarizy, & Sentot Imam Wahjono. (2025). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal di UMKM surababaya. *EMBISS)*, *5*(2), 130–136. https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/361

Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth. *Internet Research*, *18*(3), 229–247. https://doi.org/10.1108/10662240810883290

Cinthya Monica Manik, & Mariana Simanjuntak. (2024). *Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan dan Peningkatan Daya Saing UMKM Di Restoran Damar Balige*.

Creswell John W. (2022). *Research DesignQualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. https://archive.org/details/researchdesignO000unse

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *22*(2), 99–113. https://doi.org/10.1177/0092070394222001

Endra Krisna, A., & Bondowoso no, J. (n.d.). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, *3*(4), 66–81. https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i3.4514

Hasna, S., & Irwansyah, D. (2019). Electronic Word Of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era DigitalL. In *Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 8, Issue 1). Hollweck, T. (2016).

Robert K. Yin. (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 282 pages. *The Canadian Journal of Program Evaluation*, *30*. https://doi.org/10.3138/cjpe.30.1.108 Jelly, L.,

Fernando, S. H., Mangkay, S. D., Theresia Tulusan, M., & Jeaneth Cyntia Kojongian, P. (2024). Strategi Pemasaran Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Pengrajin Gula Aren di Desa Kalait Dua Kab. Minahasa Tenggara). In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 3).

Joseph A. DeVito. (2016). *The Interpersonal Communication Book*.

Komariah, H. S., & Tri, S. I. (2022). Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang). *Journal Ekombis Review*, *10*, 149–158. https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1

Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.

Luthfiah, N. L., Takwim, I., & Dzulfiqar, I. (2023). Peran Citra Merek, Store Atmosphere dan Word Of Mouth dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *5*(2), 1145–1157. https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6008

Malik, Angra Yunda Djaganata, Nauval Ega Kurniawan, & Yohan Oktavia. (2024). *AnalisisStrategi PemasaranPada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*.

Miles, M. B. , H. A. M. , & S. J. (2014). *Qualitative-Data-Analysis*.

Naim, S., Antesty, S., & Hasibuan, R. P. (2023). Mendukung Inovasi Produk Dan Kreativitas Dalam Bisnis UMKM: Pelatihan Pengembangan Produk Berkualitas. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, *1*(03), 203–214. https://doi.org/10.58812/ejimcs.v1.i03

Najmudin, M., & Sunyoto, D. (n.d.). *Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Lokal Di Desa Sendangadi, Mlati, Sleman*.

Naufal, M. H., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh E-Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention melalui Costumer Satisfaction Food and Beverage (FNB) di Kota Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *17*(6), 3876. https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2818

Nurhayati, Akbari, S., Laitun, E., & Saridawati. (2024). *Model Bisnis Eco-Friendly UMKM Kopi Benda (Fenomenologi Penggunaan Sepeda Elektrik Dalam Industri Kopi Di Era Digital)*.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2020). *PP Nomor 14 Tahun 2021*. Pesa, P., Program, N., Manajemen, S. M., Bank, S., & Jateng, B. (2023). *Keunikan*

Model Marketing Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital. https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp

Putri Trulline. (2021). *Pemasaran*.

Salfiah, R. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Word Of Mouth Dalam Peningkatan Brand Awareness Ethnica Design Di Kota Makassar*.

Santika, D., & Heng, L. (2024). Hubungan Word of Mouth dan Penciptaan Customer Value terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Kuliner Jalan Gajahmada di Pontianak). *MABIS*, *15*(02).

Supriatal, Rizky Maulana, & Rofiq Noorman Haryadi. (2025). *Strategi Pengelolaan Sumber Daya untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing pada UMKM*. *1*(1), 8–13. https://doi.org/10.51805/dynamic.v1i1.309

Syamsul Alam. (n.d.). *Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Makassar Syamsul Alam*) Dosen Kopertis Wilayah IX Sulawesi dpk STIE Nobel Indonesia*.

Widyaningsih, B., Ni'mati Rahmatika, A., & Zahro, M. (2024). Analisis Peran Strategi Marketing Word of Mouth, Brand Trust, dan Relationship Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Minuman Teh 7 Tambakberas Jombang. In *Journal of Education and Management Studies* (Vol. 7, Issue 2).

Winarko, H. B., Sihabudin, A., & Dua, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Terpadu Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)* (Vol. 58).

Yin, R. K. (2016). *Studi Kasus: Desain & Metode* (M. Djuazi Mudzakir, Penerjemah; Edisi ke- 5). Rajawali Pers. (Terjemahan dari *Case Study Research: Design and Methods*).