

DAFTAR PUSTAKA

- Al Halbusi, H., Alhaidan, H., Abdelfattah, F., Ramayah, T., & Cheah, J. H. (2024). Exploring social media adoption in small and medium enterprises in Iraq: pivotal role of social media network capability and customer involvement. *Technology Analysis and Strategic Management*, 36(9), 2052–2069
- Amelia, Z., Sulhaini, S., & Sagir, J. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pengrajin Mutiara Di Kota Mataram. *Jurnal Riset Pemasaran*, 1(1), 43–51
- Anggraeni, M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran selama Pandemi Covid-19 dengan Mediasi Kemampuan Inovasi dan Kemampuan Branding (Studi pada Pelaku UMKM yang Menggunakan Media Sosial). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 752
- Apilia, C. M. (2023). Peningkatan kinerja pemasaran umkm kuliner di kota semarang. *Jurnal Ekonomi*
- Armando Nasution, Nurwani, & Imsar. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt Asuransi Prudential Syariah Kota Medan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 432–446
- Benitez, J., Ruiz, L., Castillo, A., & Llorens, . Javier. (2019). How corporate social responsibility activities influence employer reputation : The role of social media capability 1 . Author team 1 . Jose Benitez (corresponding author), Department of Supply Chain Management and Information Systems , Rennes School of. *Decision Support System*, 0–33
- BPS Kabupaten Kebumen, 2023. (2023). Persada, “Data UMKM Per Kab/Kota”, <https://satudata.dinkopumkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>.
Disperindag_Kebumenkab_Go_Id
- College, G. P. G., & Cantt, A. (2023). *ISSN NO : 2236-6124 Role of Consumer Learning in Marketing By : Naib Singh Jassal Assistant Professor , Deptt . of Commerce ,. March.*
- Darma, D. A., Abdussamad, Z. K., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(1), 238–250
- Dwi Vata Hapsari, R., Adi Putra Arimbawa, P., & Masruro Pimada, L. (2024). *Social Media Capability Optimization to Achieve Greater Marketing Performance for Local SMEs: A Theoretical Framework*. 2024
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen*

Terapan Dan Keuangan, 10(01), 1–15

- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*, 3(2), 273–282
- Hendayana, Y., Puspasari, A., Fitriyani, N., & Nabilla, N. (2024). Peran Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Maraca Books and Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(01), 95–101
- Irfaannumilah, A. (2017). Peran Sales Promotion Melalui Iklan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2), 129–136.
- Kesulitan Membaca Permulaan Pada Siswa Kelas, A., TASIKMALAYA Sintia Sri Rahayu, S., Rakhmat, C., & Zahara Nurani, R. (2024). Esensi Pendidikan Inspiratif. *Juni*, 6(2), 343
- Khan, H., & Khan, Z. (2021). The efficacy of marketing skills and market responsiveness in marketing performance of emerging market exporting firms in advanced markets: The moderating role of competitive intensity. *International Business Review*, 30(6), 1–37
- Liao, G. Y., Huang, T. L., Dennis, A. R., & Teng, C. I. (2024). The Influence of Media Capabilities on Knowledge Contribution in Online Communities. *Information Systems Research*, 35(1), 165–183
- Liao, G. Y., Huang, T. L., Dennis, A. R., Teng, C. I., Liao, G., Huang, T., Dennis, A. R., & Tenge, C. (2025). *Penelitian Sistem Informasi Pengaruh Kemampuan Media terhadap Pengetahuan Kontribusi dalam Komunitas Online Pengaruh Kemampuan Media terhadap Kontribusi Pengetahuan dalam Komunitas Daring Perkenalan*
- Malik, A., Djaganata, A. Y., Kurniawan, N. E., & Oktavia, Y. (2024). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs)*. 7155–7169
- Marchand, A., Hennig-Thurau, T., & Flemming, J. (2021). Social media resources and capabilities as strategic determinants of social media performance. *International Journal of Research in Marketing*, 38(3), 549–571
- Monica, T., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). Pengaruh Promosi Penjualan dan Ulasan Pelanggan Online terhadap Keputusan Pembelian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 949–954
- Natalia Celline, Guard, B., Mirza, D. F., & Harahap, N. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan Dan Kepercayaan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sukses Maju Bangunan Medan. *Manajemen Dan Wirausaha*, 5(1), 839–851

- Nurani, & Retno, D. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung. *Jurnal Benefit*, 8(2), 127–147
- Nurpratama, M., Sonjaya, N. S., Yudianto, A., & Agung, I. (2024). Studi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Indramayu. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 822–831
- Nurwendi, W., & Haryadi, D. (2022). Peran Ambidexterity Organisasi Sebagai Variabel Intervening Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Masa Covid-19. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 47–64
- Prihadi, D., & Susilawati, A. D. (2018). Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial terhadap Kinerja Pemasaran. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 15
- Putu, K., & Putu, N. (2021). Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang*
- Rahim, U. K. (2023). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Citra Merek Pada KM Pakaian Muslimah di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin AMSIR*, 1(2), 322–332
- Reza Rahmadi Hasibuan, Almas Rifqi Darmawan, Hana Afifah, Indra Surya Permana, Dewi Wahyuni, Siti Masrokhah, S. S. (2024). *Pemanfaat Media Sosial Dalam Pemasaran Produk*. 2(2), 12–18
- Rizky, M., Suryadarma, D., & Suryahadi, A. (2019). *Institut Bank Pembangunan Asia* (Issue 1002)
- Safitri, S., Alkila, S., & Heriyanto, M. (2023). Pengaruh Implementasi Relationship Marketing dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru. *Jambura*, 6(1), 203–209
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Shafira, G., & Rachmawati, I. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 59–62
- Syaifullah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & Junaedi, J. (2021). Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 523–531
- Tobing, W. T. M., & Santoso, L. (2024). Peran Sosial Media Marketing Dalam Meningkatkan Marketing Performance Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Capabilities Pada Perusahaan Konstruksi Di Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 211–224
- Weya, K., Areros, W. A., Tumbel, T. M., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2020). Analisis Perilaku Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kabupaten Tolikara

Propinsi Papua. *Productivity*, 1(3), 267–273.

Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11.

