

## DAFTAR PUSTAKA

- Aberdeen Group. (2013). *Crossing the Chaos: Managing Content Marketing Transformation*. Boston: Aberdeen Group.
- Aida, V. N. (2016). *Analisis Pengaruh Packaging, Bonus Pack, dan Price Discount Terhadap Impulse Buying*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko, dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online pada Tokopedia dan Shopee. *Diponegoro Journal of Management*, 1-5.
- Andes, J. R., & Sunaryanto, L. T. (2020). Peran Promosi Penjualan Melalui Instagram dan Facebook Terhadap Penjualan Sayur Organik. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1).
- Annur, M. C. (2020). *Riset: 89% UKM RI Kembangkan Bisnis Pakai Facebook hingga Instagram*. Retrieved November 15, 2020, from <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4e5f589c1/riset-89-ukm-ri-kembangkan-bisnis-pakai-facebook-hingga-instagram>
- Aprida, P. D., Suprayatmi, M., & Hutami, R. (2017). Pendugaan Umur Simpan Susu Bubuk Full Cream yang Dikemas dengan Aluminium Foil atau Metalized Plastic. *Jurnal Agroindustri*, 97-104.
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio E-Kons*, 20-27.
- Apriyanti, M. E., Mutakkin, A. Z., & Herliyana. (2017). Pengaruh Desain Kemasan Sabun Mandi Terhadap Persepsi Makna Kecantikan. *Prosiding Seminar Nasional Desain Komunikasi Visual*.
- Ardisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektivitas Marketplace dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk bagi UMKM di Jawa Timur. Retrieved from <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.13140%2FRG.2.2.10157.95206>

- Astutiningrum, A. I. (2019). *Pengaruh Pelatihan, Pendampingan, dan Pembinaan Pemerintah Kota Semarang Terhadap Keberhasilan UMKM Kecamatan Semarang Utara*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Badan Standarisasi Nasional. (2012). *Tempe: Persembahan Indonesia untuk Dunia*. Retrieved Oktober 7, 2020, from <https://www.bsn.go.id/>
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis UMKM*. Retrieved December 16, 2020, from <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Pages/Profil-Bisnis-UMKM.aspx>
- Brunn, P., Jensen, M., & Skovgaard, J. (2002). E-Marketplace: Crafting A Winning Strategy. *European Management Journal*, 20(3).
- Cenadi, C. (2011). Peranan Design Kemasan dalam Dunia Pemasaran. *Jurnal Design Visual Komunikasi Nirmana*, 2(2).
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management*. England: Pearson Education.
- Clarke, A. (2020). *SEO 2020 Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies: Learn SEO with smart internet marketing strategies*. USA: Simple Effectiveness Publishing.
- Crimawan, A. B. (2020). *Pengaruh Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia*. Retrieved October 7, 2020, from <http://genial.id/read-news/pengaruh-covid19-terhadap-umkm-di-indonesia#>
- Cross, M. (2013). *Social Media Security: Leveraging Social Networking While Mitigating Risk*. United States of America: Syngress.
- Dailysocial. (2018). *Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen*. Retrieved November 21, 2020, from <https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>
- Delloite. (2015). *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Nusantara*. Retrieved January 7, 2020, from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf>
- Dewi, R. S., & Aziz, S. (2011). Isolasi Rhizopus Oligosporus pada Beberapa Inokulum Tempe di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Molekul*, 6(2).
- Dharmesta, B. S., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dianawati, A. (2007). *6 Rahasia Sukses Menjadi jutawan*. Jakarta: Media Kita.

- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer *Review* dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembeli pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*.
- Gunawan, Kurnia, S., & Hasibuan, M. S. (2016). Analisis Perhitungan HPP Menentukan Harga Penjualan yang Terbaik untuk UKM. *Jurnal Teknovasi*, 10-16.
- Gupta, P. (2015). *Comparative Study of Online and Offline Shopping: A Case Study of Rourkela in Odisha*. National Institute of Technology, Department of Humanities and Social Sciences, India.
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rokok Kretek Merek. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2).
- Hootsuite. (2020). *Digital in 2020*. Retrieved November 10, 2020, from <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Indrawati, K. A., Sudiarta, I. N., & Sudiarna, I. W. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-Oleh Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 78-83.
- Iprice. (2020). *The Map of E-commerce in Indonesia*. Retrieved November 21, 2020, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Ipsos. (2018). *Instagram's Impact on Indonesian Businesses*. Retrieved November 21, 2020, from <https://www.ipsos.com/en-id/instagram-impact-indonesian-businesses>
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Katadata. (2020). *Riset KIC-Kredivo: Rata-rata Orang RI Belanja Online 20 Kali pada 2019*. Retrieved November 15, 2020, from <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297b4f7c19e/riset-kic-kredivo-rata-rata-orang-ri-belanja-online-20-kali-pada-2019>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. Retrieved October 7, 2020, from [https://kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media)
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro*,

*Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018.*  
Retrieved October 7, 2020

- Komaruddin, H. (2001). *Active Learning*. Yogyakarta: Yappendis.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Marketing Management*. USA: Pearson Education.
- Kurniawan, Y., & Hiererra, S. E. (2020). The Effect of Indonesian E-Marketplace Reputation on Customer Trust in Online Shopping. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(3), 505-512.
- Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2014). When do consumers buy online product reviews? Effects of review quality, product type, and reviewer's photo. *Computers in Human Behaviour*, 356-366.
- Lee, M. K., & Turban, E. (2014). A Trust Model for Consumer Internet Shopping. *International Journal of Electronic Commerce*. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(1).
- Limandono, J. A., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement dengan Sosial Media sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City. *Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Petra*, 1-11.
- Lupioyadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mangunhardjana. (2002). *Pembinaan Arti dan Metodenya*. Yogyakarta: Kanisius.
- McCarthy, E. J. (2007). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. USA: Illinois.
- Measured, S. (2020, August 5). *Hashtag analytics 101: Using the best hashtags for your social strategy*. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/hashtag-analytics/>
- Mony, N. (2018). Isolasi dan Identifikasi Molekuler Bakteri Penghasil Enzim Protoase pada Tempe Gembus Pasca Fermentasi 48 Jam Berdasarkan Gen 16s rNA. Retrieved November 15, 2020
- Moody's Corporation. (2020). *Indonesia's GDP Growth to Further Decline in 2020: Moody's*. Retrieved October 7, 2020, from

<https://www.thejakartapost.com/news/2019/12/04/indonesias-gdp-growth-to-further-decline-in-2020-moodys.html>

- Mujahid, A., & Suryanadi, P. (2015). Pengaruh Fungsi Merek Berupa Jaminan, Identifikasi Personal, dan Identifikasi Sosial Terhadap Respon Konsumen Produk Batik. *Fokus Manajerial*, 1-14.
- Murphy, R. (2020). Local Consumer *Review* Survey 2020. Retrieved December 15, 2020, from <https://www.brightlocal.com/research/local-consumer-review-survey/>
- NapoleonCat. (2020). *Social media users in Indonesia*. Retrieved November 15, 2020, from <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2020/09>
- Nilsson, J., & Ostrom, T. (2005). *Packaging as A Brand Communication Vehicle*. Thesis, Lulea University of Technology.
- Nugrahani. (2015). Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM. *Jurnal Seni Imajinasi*, 9(2).
- Pudjiastuti, W., & Herman, S. (2009). Peningkatan Nilai Tambah Makanan Khas Daerah. *Jurnal Riset Industri*, 145-150.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Purwadaksi. (2007). *Membuat Tempe dan Tahu*. Jakarta: Agromedia Pustaka.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1).
- Putro, S. (2006). Perajang Mekanik Keripik. *Jurnal Media Mesin*, 7(2).
- Rahardjo, C. A., Harianto, & Suwarsinah, H. K. (2019). The Effect of Marketing Mix on Consumer Satisfaction and Loyalty for Indonesia Brand Salad Dressing "XYZ". *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 5(2).
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCA*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Great Britain: Kogan Page Publishers.

- Santoso, P. A., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Teknik ITS*.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. (2020). *Data Sebaran COVID-19 di Indonesia*. Retrieved October 7, 2020
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising Promotion and Other Aspect of Interacted Marketing Communication*. Canada: Nelson Education.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41(11).
- Stanton, J. W. (2012). *Prinsip pemasaran*. (Y. Lamarto, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Statista. (2020, Mei 31). *Shifting to online purchases because of the COVID-19 pandemic 2020, by category*. Retrieved November 14, 2020, from <https://www.statista.com/statistics/1107859/shifting-to-online-purchases-because-of-the-covid-19-pandemic-by-category/>
- Stelzner, M. A. (2018). *2018 Social Media Marketing Industry Report*. Retrieved Oktober 9, 2020, from <https://cdn.prdaily.com/wp-content/uploads/2018/09/Industry-Report-2018.pdf>
- Stockdale, R. A., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Identifying Business Value from The Use of Social Media. *PACIS 2012 Proceedings*.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kencana, P. K. (2017). *Pengemasan Pangan*. Bali: Udayana University Press.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Susanto, A., Sari, C. A., Moses, D. R., Rachmawanto, E. H., & Utomo, I. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 42-51.
- Susanto, F. P. (2017). *Profil Industri Keripik Tempe Suka Niki di Desa Sokaraja Tengah Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas*. Bachelor Thesis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Talwar, R., & Upadhyaya, S. (2017). Long Tail Keyword Suggestion for Sponsored

Search Advertising. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 1407-1413.

Tempo. (2019). *Kominfo: Belanja Online Via Marketplace Lebih Aman dari Medsos*. Retrieved November 23, 2020, from <https://bisnis.tempo.co/read/1220063/kominfo-belanja-online-via-marketplace-lebih-aman-dari-medsos/full&view=ok>

Tim APJII. (2020). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Retrieved November 15, 2020, from <https://apji.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>

Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andy Offset.

Tribun Bisnis. (2020, Juni 12). Retrieved December 27, 2020, from Ada PSBB, Penjualan UMKM Turun dan Kesulitan Modal: <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/06/12/ada-psbb-penjualan-umkm-turun-dan-kesulitan-modal?page=2>

Turban, E. (2012). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Hawaii: Pearson Prentice Hall.

Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Vermaat, S. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*. Jakarta: Salemba Infotek.

Vernia, D. M. (2017). Peranan Pendidikan dan Pelatihan Media Sosial dalam Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Lentura Jurnal Pendidikan*, 8(2).

Virtanen, H., Björk, P., & Sjöström, E. (2017). Follow for follow: marketing of a start-up company on Instagram. *Journal of Small Business and Enterprise*, 24(3).

Walker, O. C. (2008). *Marketing Strategy: A Decisions- Focused Approach*. Boston: McGraw-Hill.

Wardhana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. Universitas Telkom, Prodi Administrasi Bisnis, Jakarta.

- West, C. (2020). *Hashtag analytics 101: Using the best hashtags for your social strategy*. Retrieved December 14, 2020, from <https://sproutsocial.com/insights/hashtag-analytics/>
- WHO. (2020). *WHO Corona Disease (COVID-19)*. Retrieved October 7, 2020, from <https://covid19.who.int/>
- Wijayanti, T. (2012). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yazfinedi. (2018). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Permasalahan dan Solusinya. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 14(1).
- Yuniarti, R., Rahman, A., & Chori, M. (2013). Strategi Pemasaran Pada UKM Keripik Tempe Sanan Malang. *Jurnal Teknik Industri*, 14(2).
- Yusriansyah, M. (2012). *Karakteristik Pengusaha Industri Keripik Tempe Berbasis Produk Unggulan di Kota Malang*. Diploma Thesis, Universitas Negeri Malang.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Zhu, Y. Q., & Chen, H. G. (2015). Social Media and Human Need Satisfaction: Implications for Social Media Marketing. *Business Horizons*, 58(3).