

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp T. *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication 5th Edition*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Ankasaniscara, Palagan. “Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Pada Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Universitas Indonesia, Jakarta*, 2014.
- Anwar, Saifuddin. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pelajar OFFset, 1989.
- Ardrini, Dewa Ayu Mirah, Dinar Lubis, and Ni Wayan Arya Utami. “‘I Want What They’re Eating’: College Students’ Experiences in Watching Food Content on YouTube.” *Public Health and Preventive Medicine Archive* 8, no. 1 (2020).
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Pengajaran: Secara Manusiawi*. Jakarta: Rineka cipta, 1993.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- Asih Anggarani, Herlin Hidayat, Yudith Dyah Hapsari. “Pengaruh Konten Review Makanan Oleh Influencer Tiktok Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Warung Tenda) Di Wilayah Kebon Kacang, Jakarta Pusat.” *Prosiding Working Papers Series In Management* 16, no. 01 (2024): 1–16.
- Assael. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall Inc, 2002.
- Astuti, Wurdianti Yuli. “Profil UMKM Sukses.” *Diambil Dari: Ww. Slideshare. Net/Wudriyantiyulia, Pada Tanggal 20 (2013)*.
- Ayodya, Wulan. *Business Plan Usaha Kuliner Skala UMKM*. Elex Media Komputindo, 2016.
- Bachtiar, Rifai. “Efensiasi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah.” *Jurnal Sosio Humanniora* 3, no. 4 (2012).
- Briliana, Vita, Wasisto Ruswiono, and Tita Deitiana. “Do Millennials Believe in Food Vlogger Reviews? A Study of Food Vlogs as a Source of Information.” *Journal of Management & Marketing Review (JMMR)* 5, no. 3 (2020): 170–78.
- Erdem, Tülin, and Joffre Swait. “Brand Credibility, Brand Consideration, and Choice.” *Journal of Consumer Research* 31, no. 1 (2004): 191–98.

- Farahdiba, Dea. “Antecedents and Consequences of Credibility and Parasocial Interaction on Food Shopping Intentions.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* 15, no. 1 (2022).
- Febrianti, Riski, and Windi Baskoro. “Pengaruh Endorsement Influencer Terhadap Penjualan Kassa Cake & Dessert” 7, no. 2 (2024): 42–47.
- Febrianti, Riski, and Windi Baskoro Prihandoyo. “Pengaruh Endorsement Influencer Terhadap Penjualan Kassa Cake & Dessert.” *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 2 (2024): 42–47.
- Filiana. “Analisis Penerapan Promosi Menurut Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai Martabak Ulama India Kota Jambi.” UIN Sultha Jambi, 2021.
- Fitri Haidayati, Estella Elora Akbar, Lisa Efrina. “Endorsement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.” *Jurnal Az-Zahra : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, no. xx (2018).
- Fuad, Anis, and Kandung Sapto Nugroho. “Panduan Praktis Penelitian Kualitatif (Edisi Cetak).” Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Gummesson, Evert. *Total Relationship Marketing*. London: Routledge, 2011.
- Hansvirgo, Hansvirgo, Jevin Leon, Jesselyn Jesselyn, Marcellino Marcellino, and Hanita Hanita. “Pengaruh Instagram Vloggers Terhadap Food Branding Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Batam.” *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 11, no. 1 (2023): 51. <https://doi.org/10.32493/jk.v11i1.y2023.p51-59>.
- Hapsari, Zella Hapna. “Pengaruh Review Food Blogger Javafoodie Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner Di Yogyakarta.” Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2019.
- Hardilawati, Wan Laura, Intan Diane Binangkit, and Riky Perdana. “Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini.” *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 7, no. 1 (2019): 88–98.
- Hardini, Reziyana, Mentari Iffa Nurani, Faradita Larasayu, and Erwin Permana. “Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Di Media Sosial Instagram Pasca

- Pandemi.” *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 8, no. 2 (2023): 134–48. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8718>.
- Haryani, Dwi Septi, Selvi Fauzar, Aulia Yolanda, Masyitah As Sahara, and Anggia Sekar Putri. “The Effectiveness of Digital Marketing At Lilio Coffee Garden.” In *ICEMBA 2022: Proceedings of the International Conference on Economic, Management, Business and Accounting, ICEMBA 2022, 17 December 2022, Tanjungpinang, Riau Islands, Indonesia*, 370. European Alliance for Innovation, 2023.
- Hassan, Shahizan, Siti Zaleha Ahmad Nadzim, and Norshuhada Shiratuddin. “Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model.” *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 172 (2015): 262–69.
- Hidayatullah, Zul, Muh Makhrus, and I Wayan Gunada. “Analisis Tingkat Kemampuan Berpikir Kritis Gelombang Mekanik Melalui Pembelajaran Dengan Pendekatan Konflik Kognitif.” *Jurnal Pendidikan Fisika Dan Teknologi* 4, no. 2 (2018): 151–57.
- “HR. Muslim, Kitab Al Hakim” 102, no. 1 (n.d.): 99.
- Huda, Muhamad Fatkhul. “UMKM Kudus Terus Bertambah, Per Mei 2024 Ada 138 UMKM Baru.” *Muria News*, n.d. <https://berita.murianews.com/muhamad-fatkhul-huda/415738/umkm-kudus-terus-bertambah-per-mei-2024-ada-138-umkm-baru>.
- Isfahami, Mubdi Mulya, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. “Pengaruh Brand Trust Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 17, no. 2 (2021): 177–86.
- Johan, Beny. “Analisis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Pudas Kebudayaan Dan Olah Raga Wayhalim Kota Bandar Lampung.” *Skripsi Program Ekonomi Universitas Lampung*, 2016, 99–101.
- Johan Faladhin. “Food Vlogger vs. e-WoM: Preferensi Kepercayaan Konsumen Dalam Memilih Tempat Makan Di Pekanbaru.” *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 3 (2024): 205–25. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i3.2928>.
- Kanuk, Schiffman dan. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion, Edisi Ketujuh*. New York: McGraw-Hill, 2007.
- Karim, Abdul, Chalid Imran Musa, Romansyah Sahabuddin, and

- Muhammad Azis. "The Increase of Rural Economy at Baraka Sub-District through Village Funds." *The Winners* 22, no. 1 (2021): 89–95.
- Katz, Lawrence F., and Alan B. Krueger. "The Rise and Nature of Alternative Work Arrangements in the United States, 1995–2015." *National Bureau of Economic Research*, 2016.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management (15th Edition)*. England: Pearson Education, 2016.
- Lestari, Saporso dan Dian. "Peranan Endorser Terhadap Brand Image Dari Sudut Pandang Konsumen." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 9, no. 3 (2009): 161–80.
- Lou, Chen, and Shupeí Yuan. "Influencer Marketing: How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust Of Branded Content On Social Media." *Journal of Interactive Advertising* 19, no. 1 (2019): 58–73.
- Maulana, Irfan, and Ossya Salsabila. "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif Di Era Ekonomi Digital." *Majalah Ilmiah Bijak* 17, no. 1 (2020): 28–34.
- Mirabi, Vahid Reza, and M. Lajevardi. "A Conceptual Model In Marketing: Celebrity Endorsement, Brand Credibility And Brand Equity." *Journal Of Marketing And Consumer Research* 22 (2016): 38–43.
- Morgan, Robert M, and Shelby D Hunt. "The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing." *Journal of Marketing* 58, no. 3 (1994): 20–38.
- Muhajir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakea Sarasin, 2002.
- Nguyen, Thi My Nguyet. "Food Vloggers and Their Content: Understanding Pathways To Consumer Impact and Purchase Intentions." *Journal of Trade Science* 12, no. 2 (2024): 117–33.
- Noprizal, Busra Febriyani dan. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Curup: LP2 STAIN Curup, 2013.
- NU Online. "Q.S An-Nisa' Ayat 145," n.d. <https://quran.nu.or.id/an-nisa/145>.
- Nurmala, Tri Sinari, Ema Lilianti, Jusmany Jusmany, Emilda Emilda, Aryo Arifin, and Nurkadina Novalia. "Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19." *AKM: Aksi Kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2022): 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>.

- Oakland, John S. "Total Quality Management and Operational Excellence." (*No Title*), 2014.
- Ovinda, Stella. "Pengaruh Endorsement Dan Promosi Online Di Social Media Terhadap Minat Beli Pada Bisnis Kuliner (Studi Pada Umkm Di Kota Palembang)." Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen, 2022.
- Penta Setiawati, Ira Widyartati. "Pengaruh Strategi Pemasaran POnline Terhadap Peningkatan Laba UMKM." In *Proceedings*, Vol. 1, 2017.
- Pertanian, Kementrian. "Konsumsi Masyarakat Terhadap Frozen Food Mengalami Perkembangan Yang Pesat.," 2015.
- Pride, W M, R J Hughes, and J R Kapoor. "Foundations of Business, Cengage Learning." Boston: Cengage, 2019.
- Purwati, Tj. "Manajemen Katering." Yogyakarta: Fakultas Pendidikan dan Teknologi Kejuruan, Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan., 1994.
- Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: PT. Grasindo, 2010.
- Rahayu, Riris Mey. "Membangun Brand Awareness Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah." *Competence: Journal of Management Studies* 11, no. 2 (2017).
- Rahmah, Julika. "Analisis Promosi Melalui Food Blogger Pada Media Sosial Instagram Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kuliner Di Way Halim Bandar Lampung." UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022.
- Robiyanti, Febra. *Akuntansi Praktis Untuk Usaha Kecil Dan Menengah Studi Nusa*. Semarang: Studi Nusa, 2004.
- Rofiq, Abdul, Zainul Arifin, and Wilopo. "Pengaruh Penerapan Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2013): 1–10.
<https://www.neliti.com/id/publications/73894/pengaruh-penerapan-aida-attention-interest-desire-action-terhadap-keputusan-pemb>.
- Safitri, Lina Ayu, Diah Pradiatiningtyas, and Bayu Dewa. "Pengaruh Food Vlogger Dan Promosi Endorse Media Sosial Pada Brand Exposure Wisata Kuliner Klaten." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 28, no. 3 (2023): 267–78.
- Saleh Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Edited by Hamzah Upu.

- Vol. 1. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Santi, I. A. “Hubungan Karakteristik Sosial Demografi Konsumen Dengan Respon Terhadap Stimuli Komunikasi Pemasaran (Produk Bancasurance AIA-BCA).” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 01 (2012): 124–43.
- Senalasari, Widi, Mara Setiaji, and Nino Khrisnamurti. “Optimizing Brand Awareness and Purchase Intent in Travel Agents: Communication Strategy through Social Media Marketing.” *Journal of Marketing Innovation (JMI)* 4, no. 1 (2024): 42–55.
- Subagio, Dyajeng Puteri Woro, and Dwita Laksmi Rachmawati. “Pengaruh Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Perceived Value Dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Viewer Food Vlogger of YouTube Channel).” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 8, no. 1 (2020): 1–11. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3997>.
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumawinata, Arifianto. *Implementasi Metode Penelitian Studi Kasus: Dengan Pendekatan Kualitatif*. Aswaja Pressindo, 2018.
- Syukron, Muhammad Zidni. “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang Di Kabupaten Kudus.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 5, no. 1 (2016): 25.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Tarigan, Josua, and Ridwan Sanjaya. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013.
- Tiktik Sartika Partomo, Abd. Rachman Soejoedono. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi Iii*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.
- Ulfatul Azizah. “Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah

- Produk Tabungan Faedah Brisyarlah Ib (Survei Pada Nasabah Bank Bri Syariah Kcp Purbalingga).” Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN PURWOKERTO, 2020.
- Undang-Undang Republik Indonesia, “20 Tahun 2008”, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Utami, Pratiwi Budi. “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Online Shop Di Indonesia (Studi Deskriptif Pada Onlineshop I Wear Banana, Alf” S Stuff Dan Chickhorse).” Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2014.
- Wardiyastuti, Devita. “Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Brand Image (Studi Pada Followers Instagram Wedangan Radjiman Sebagai Calon Konsumen).” *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas IAIN. Surakarta*, 2017.
- Widiastuti, C Tri, Nuria Universari, and Rr Lulus Prapti NSS. “Edukasi Pemasaran Dan Branding Pada UMKM Di Paguyuban Ulam Raos Sejahtera Semarang.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming* 6, no. 4 (2023): 1061–68.
- Wijaya. “The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising.” *Journal of Advertising* 05, no. 01 (2011).
- Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Yerizal. “Melangkah Bersama Digital: Pendampingan Terstruktur Untuk Penguasaan Digital Marketing Di Kalangan UMKM.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1, no. 10 (2023): 2410–17.
- Yudha, Bayu Purna. “Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Katering ‘Paon Jahe Sereh Catering.’” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 5, no. 2 (2021): 201–6.
- Yuniarti, Trisna, Firdhani Faujiyah, Muhammad Alde Rizal, and Fajar Ciputra Daeng Bani. “Digitalisasi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Wilayah Jakarta Selatan.” *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdi Terhadap Masyarakat)* 2, no. 2 (2022): 121–26.
- Zakiyah. “Fenomena Endorsement Terhadap Penjualan Suatu Produk Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 107–25.

Zed, Etty Zuliawati, Suherdi Maulana, Fitri Meiyla Wulandari, Siti Nurfatimah, Maria Amelia, and Sinta Elviani. “Pemanfaatan Media Sosial Upaya Meningkatkan Penjualan Umkm Di Cikarang Utara.” *Jurnal Inovasi Global* 2, no. 2 (2024): 421–28.

