

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, Didin *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM* .
Yogyakarta : CV Bintang Surya Madani, 2020.
- Adwijaya, Michael “Perluasan Merk Strategi Jitu Peluncuran Produk Baru” *Jurnal Modernisasi* 1, no. 2 (2005): 109
- Al-Qur’an dan Terjemahannya (Bandug : Syaamil Qur’an, 2009)
- Andriani, Yanti Neneng., dkk “Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM Catering A3 di KP Palasari Kabupaten Sukabumi” *Jurnal Penelitian STIE Sukabumi* 4, no 2 (2011): 1 - 8
- Anis Fuad Kandung dan Kandung Spto Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014.
- Arikunto ,Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendek*. Jakarta : PT Rineka Cipta, 2002.
- Ayu Kusuma Wijaya, Wawancara oleh penulis dengan pemilik UMKM El’s Cake, 27 September 2021, Wawancara II, transkrip
- Azis, M Naufal Luthfi.,dkk, ” Pengaruh Penggunaan Jasa Endorse Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Tuwo Joyogrand Malang)”, *E-Journal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, : 90, diakses pada 4 february 2021 www.fe.unisma.ac.id.
- Azizah, Fitri, “INFLUENCER PELAKU ENDORSEMENT BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN” *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan* 8, no. 85, (2021): 567-581.
- Dewanti, Ida Susi “Pemberdayaan Usaha Kecil dan Mikro, Kendala dan Alternatif Solusinya” *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no.2 (2010): 1-82019.
- Elbelliana, Meike dan Carrolina Novi M, “Perancangan Promosi Endorsment Berbayar Pada Perusahaan Pietesire” *Jurnal Manajemen Start-Up Bisnis* 2, no. 1 (2017): 50 – 60
- Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial Diakses Pada 24 Agustus 2021, <https://mastel.id/fatwa-mui-nomor-24-tahun2017/>.

- Febrian, Lukas Dwi dan Ika Kristianti, “Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akutansi dan Teknologi*, 3, no.1 (2020): 20 – 29
- Gunawan, Imam *Metode Penelitian Kualitatif teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Hadiwanti Wan Lura., dkk, “Endorsement Media Pemasaran”, *Jurnal Informasi Manajemen* 7, no 1, (2019), 85 – 95
- Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press, 2004.
- Harini, Cicik, *Strategi Pemasaran Kewirausahaan UMKM*. Bandung : CV Media Sains Indonesia, 2020.
- Hasri, Novrianti., dkk “Strategi Indosat Mempertahankan Pelanggan Melalui Program Customer Relationship Manajemen” *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, no.2 (2018): 8
- Hedyana Marceline Live dan Wirawan E.D.R, “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1, no. 1 (2016): 80 – 95
- Instagram, Profil Media Sosial Instagram @Ulfisinta, Diakses pada 17 Agustus, 2021, https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE3ODQ5MTUzMzg3MDQ4NTYx?story_media_id=2340478919726071025_296809622&utm_medium=copy_link.
- Irawati, Sam Cay dan Jeni, “Strategi Pemasaran E-Commerce Untuk Meningkatkan Volume penjualan Studi Kasus UMKM dikota Tangerang Selatan” *Jurnal Mandiri* 4, no. 2 (2020) - 20 Januari 2021 - <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Isfahmi Mubdi Mulya., dkk “Pengaruh *Brand Trust* dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 17, no 2 (2021), 170 – 185
- Jawa Pos Radar Kudus, “*Launching Beauty Studio*, Ulfisinta Tawarkan Banyak Promo”, Diakses pada 17 Agustus, 2021, <https://radarkudus.jawapos.com/read/2019/04/16/132088/launching-beauty-studio-ulfisinta-tawarkan-banyak-promo-menarik>.

- Kertamukti ,Rama, *Strategi Kreatif Dalam Periklanan:Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran* Jakarta : Raja Grafindo Persada,2005.
- Kompasiana,“DariHobiMenjadiHoki”<https://www.kompasiana.com/umihindun/5ad3a1a5cf01b46dd42d66c2/berawal-sebuah-hobi-menjadi-hoki> Diakses pada tanggal 5 april 2021 Jam 14.25
- Liswati, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Kompetensi Keahlian Teknik Komputer Dan Jaringan*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018.
- Loisa. Fenny Riris. “Pengaruh *Endorsement* Oleh *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Kosmetik” *Prologia* EISSN 2598-07777, no. 1, 2021. 90 – 100
- M Faisal, Abdullah, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jawa Timur : Universitas Muhammadiyah Malang, 2001.
- Manalu, Osman, “Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Cakra Anugrah Artha Alumindo Medan” *Jurnal Jumansi Stindo* 1, no. 1 (2019): 5 – 12
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz, “Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen” *Jurnal Indonesia Membangun* 15, no. 3 (2016) : 60 - 70
- Muhyiddin ,Nurlina T., dkk., *Metdologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Nurvita, Audrey. “Pengaruh *Endorsment* Melalui *Mediasi Pleasure* dan *Arousal* Terhadap *Purchase Intention* Pada *Pengiklanan Makanan Sosial Media Instagram*” *e-Proceeding of Management* 7, no. 1 (2020): 1- 15
- Oktafiani, Restu dan Endang Silaningsih, “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL di Kota Bogor” *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2020): 115 – 123
- Prabowo, Yanuar Widi “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengunjung *3Second Store* di Jalan Soekarno Hatta Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 14, no. 2, (2014) : 1-7
- Prisca Rani Yusnita Dewi, Wawancara oleh penulis dengan pemilik *UMKM Dapoer Mpok Rani*, 27 September 2021, Wawancara I, transkrip

- Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah UMKM, Jakarta:Kerja Sama LPPI dengan Bank Indonesia, 2015.
- Purnama, Indah, “Pengaruh Promosi Online dan Endorsement Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen” *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2020): 12 – 20
- Qurrotu Aini, Wawancara oleh penulis dengan pemilik UMKM Syafa Ice, 3 Oktober 2021, transkrip
- Raf, Mulyadi “Pengaruh Faktor-Faktor Memotivasi Konsumen Berbelanja Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Pasar Modern Kota Jambi” *Jurnal Manajemen Ekonomi* 1, no.1 (2012): 60 – 70
- Rangkuti, Freddy Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*, 29.
- Riris Mey Rahma, “Membangun Brand Awareness Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah”, *Jurnal Kompetensi* 11, no. 2, (2001): 226-243.
- Serapan Tenaga Kerja Di Kudus Di dominasi Sektor Industri, Rabu 19 Desember 2018, <https://jateng.tribunnews.com/2018/12/19/serapan-tenaga-kerja-di-kudus-didominasi-sektor-industri> diakses pada 07 Februari 2020
- Sholihat, Apriwati, “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie” *JOM FISIP* 5, no. 1 (2018): 1 - 12
- Sinta, Agustina, “*Manajemen Pemasaran*”. (Malang : Elektronik Pertama, 2011)
- Sintani, Laurencia, “ Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan Isyana vs Gangster Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya” *Jurnal Komunikasi* 4, no.1 (2016): 1 - 10
- Stephanie, Elizabeth “Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1, no. 2 (2013): 1-9.
- Sugiarto , Arie Dwi. “Celebrity Endorsment Di Instragam Studi Fenomologi Selebriti Celebrity Endorsment Pada Brand Escobar Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran ” *Majalah Inspiratif*, Juli 2020.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta,
- Sumartini, Lilis Cucu dan Dini Fajriany Ardianing Tyas, “Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja” *Jurnal E-Bis* 3, no.2 (2019): 110 – 1123
- Sumodiningrat, Gunawan, *Menuju Ekonomi Berdedikasi Pemberdayaan UMKM Dengan Konsep OPOP-OVOP-OVOC*. Yogyakarta : Media Presindo, 2025.
- Superwiratni, “Pengaruh Endorsement Terhadap Keputusan Menginap di Cottage Daarul Jannah” *The Journal : Tourism and Hospitality Essential Journal* 8, no. 2 (2018) 95 – 105
- Syahputra, Angga dan Yoesrizal M. Yoesoef, “Praktek Gharar Pada Endorsement Produk di Media Sosial Media Instagram” *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2020): 118 – 126
- 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), 24-34.
- Wibowo, Dimas Hendika., dkk, “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Studi pada Batik Di Jeng Solo” *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015), 55 – 65
- Wiwik, Widiyanti, “Analisis Peranan Jejaring Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM” *Widya Cipta* 7, no. 1 (2015): 38 – 50