

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhianika, A. N. (2026). *STRATEGI PEMASARAN BERBASIS RELATIONSHIP MARKETING UNTUK MENINGKATKAN RETENSI PELANGGAN*. 15, 937–950. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2042>
- Amanda, N. T., & Susanti, R. (2025). *Pengaruh Promosi , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Di UMKM Gaya Batik Unggul Solo Baru Kecamatan Grogol Sukoharjo*. 02(03), 1969–1977.
- Ananda. (2025). *DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada UMKM Olahan Kopi Di Lampung Barat) DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada UMKM Olahan Kopi Di Lampung Barat)*. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(3).
- Andrian. Darmwan, Febrianty, R. (n.d.). *Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja . Program SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan n.* 405–413.
- Andriyani, F., Adnandi, M. A., & Maulana, I. (2024). *Pengaruh Modal Sosial Terhadap Keberlanjutan Usaha Di Sektor Kreatif Dengan Fokus Pada Mahasiswa*. *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 1(2), 33–40.
- Astuti, D. (2025). *Dampak Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. *Journal of Business Economics and Management*, 01(03), 282–286.
- Azizil, N., Parealla, D. I. N., Riska, Aziz, S. N. Z., & Sarbia, S. (2024). *Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital: Studi Kasus di Kota Palopo*. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 1129–1131.
- Caswito. (2024). *Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Makanan Tahu di Kota Bekasi Dengan Metode Analisis SWOT dan Business Model Canvas*. 13(1), 13–21. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13455>
- Delfiana Jesika Dwifanty, Jordan N. Leobisa, Angelina Aldensia Bernoli, & Enike Tje Yustin Dima. (2025). *Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia Serta Peluang dan Tantangan dalam Era Digitalisasi*. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global*, 2(3), 71–78. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v2i3.1357>
- Dimas Rizki Tama, Damar Wibisono, A. A. (2025). *SOCIOLOGIE : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi PENDAHULUAN Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam memperkuat perekonomian nasional karena karakteristiknya yang adaptif dan mampu*

bertahan dalam berbagai kondisi . Sebagai s. 4(1), 1–13.

- Dolorosa, E., Julianti, F. D., & Suharyani, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Belanja Online Tokokota). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(6), 478–485. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i6.903>
- Dwi Marselina, R., & Septiani, D. N. (2025). PERAN RELASI SOSIAL DALAM PEMBENTUKAN JARINGAN BISNIS UMKM KENTANG POTONG. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 11(02), 2025.
- Eferyn, K., Rukmini, M., Riningsih, D., Pramana, A. C., Prasaja, M., Ekonomi, F., & Kadiri, U. (2021). *Pelatihan kewirausahaan ksm di kelurahan ngantru trenggalek*. 5(1), 29–34.
- Effendy, J. (2020). Peran Modal Sosial Sebagai Upaya Pengembangan Umkm Di Desa Batu Merah Kota Ambon. *Jurnal Cita Ekonomika*, 12(2), 103–108. <https://doi.org/10.51125/citaekonomika.v12i2.2654>
- Gadis, S., Sari, P., & Azzahra, S. N. (2025). Teori jaringan sosial dan perannya dalam pemberdayaan komunitas. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 3, 486–496.
- Hasan, G., Tea, T., & Cendol, E. (2026). *Jurnal Spektrum Ekonomi ANALISIS PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA UMKM HAPPY ICE DALAM*. 9(5), 1–7.
- Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., & Bagus, I. M. (2025). Peran Media Sosial sebagai Strategi Digital Marketing dalam Mengubah Perilaku Konsumen pengaruh dalam konteks globalisasi; penggunaannya semakin dibutuhkan dalam kehidupan strategi digital marketing melalui media sosial memiliki dampak besar pada perilak. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2, 17–30.
- Heryanto, J. (2025). *JAKARTA Latar belakang Kinerja Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM) semakin diakui sebagai pendorong penting mereka cenderung berkinerja lebih baik dalam hal pertumbuhan penjualan dan loyalitas pelanggan . keberhasilan dan keberlanjutan mereka dala*. 07(02), 553–564.
- Kurniawati, I. (2026). *Pengaruh Strategi Networking dan Motivasi Bisnis Terhadap Pendapatan Omset Penjualan Produk Halal pada Mitra Business Center HNI Cilacap* 3. 2(1), 103–115.
- Lubis, M. A. R., Isfa, F., Aryani, A. D., & Nasution, R. (2026). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Keripik Singkong dan Lidah Manis di Desa Pematang Serai, Provinsi Sumatera Utara, Kabupaten Langkat, Kecamatan Tanjung Pura*. 6, 574–585.

- Ma'rifat, R. A. (2024). *JARINGAN SOSIAL UMKM MPOK SINAH KLAMBEN DI KELURAHAN Vol.4, No.1, Juni Tahun 2021 MANGKUBUMEN SURAKARTA DALAM PERSPEKTIF TEORI JARINGAN SOSIAL MARK GRANOVETTER*. 2(1), 306–312.
- Marselina, R. D., Septiani, D. N., Marselina, R. D., & Septiani, D. N. (2025). *JARINGAN BISNIS UMKM KENTANG POTONG THE ROLE OF SOCIAL RELATIONS IN THE FORMATION OF*. 11(02), 221–231.
- Mustika, I. W. W., & Maulidah, S. B. J. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 7–12.
- Nur Aini, L., Santoso, F., & Nury Khirdany, E. (2024). Pengembangan Umkm Kuliner Di Era Digital: Peran Inovasi Dan Jaringan Bisnis Di Kota Sampang. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 179–189. <https://doi.org/10.32806/syfdep09623>
- Nurwidia, L., Rahma Sari, I., & Astuti, D. (2025). Journal of Business Economics and Management a Dampak Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Journal of Business Economics and Management*, 01(03), 282–286.
- Pranata, S., & Lukita, C. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Batik Trusmi)*. 01(01), 10–15.
- Putra, D. A., Fitalisma, G., & Fata, M. A. (2024). Jurnal Riset Manajemen , Bisnis , Akuntansi dan Ekonomi. *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi*, 2(1), 14–15.
- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(02), 112–122. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>
- Rizaldy, M. F., Anisah, H. U., & Hidayatullah, M. (2024). *Peran Jaringan Sosial dalam Kewirausahaan di Banjarmasin : Tinjauan Sistematis terhadap Keterhubungan dan Dampaknya terhadap Kesuksesan Bisnis*. 4.
- Rosyidi, R. A., Dito, M. D., Hakiki, A., Wibowo, M. L., Husaini, F., & Fianto, B. A. (2025). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM. *SANTRI : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 3(3), 113–128.
- Salsabila, S., & Apsari, N. C. (2021). Aksesibilitas Fasilitas Pelayanan Publik Di Beberapa Wilayah Dan Implementasi Undang-Undang Dalam Memenuhi Hak Penyandang Disabilitas. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i2.33976>

- Setiawan, M. B., & Ukudi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 14(2), 1–23.
- Sosial, A. M., Virgiawan, Z., Faizal, M. I., Firmansayah, R., Ramadyta, D., & Ars, U. (2022). *ANALISIS MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BISNIS BAGI ONLINE SHOP DI DAERAH*. 15(2), 84–100.
- Wahyuni, P. S., Daswan, L., Nur, S., Amalia, A., & Nola, I. (2025). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , PRICE , AND PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS FOR HANASUI PRODUCTS (STUDY ON IAIN KENDARI STUDENTS)*. 8(2), 35–43.
- Yuliari, K., Eferyn, K., D, S. G., Yunanto, F., & Kunci, K. (2025). *Pelatihan Pengembangan Usaha Cake Berbasis Digital : Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Kue Rumahan*. 4(1), 1630–1634.