

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (2020). *Entrepreneurship and small business growth*. Routledge. Routledge.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, N. (2022). *Peran media sosial dalam pengembangan bisnis digital UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Indonesia, K. P. (2021). *Laporan tahunan ekonomi kreatif Indonesia 2021*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Business Horizons .
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing management (15th)*. Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2012). *Metode kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lamb, C. W. (2019). *Marketing (13th ed)*. Boston: Cengage Learning.
- Nasrullah, R. (2016). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Porter, M. E. (2015). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Pratama, Y. &. (2021). *Strategi pemasaran digital UMKM*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.

- Sari, R. &. (2021). *Kreativitas dan inovasi kewirausahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, R. (2020). *Pemasaran media sosial untuk UMKM*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan, Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tuten, T. L. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- UNCTAD. (2010). *reative economy report 2010: Creative economy – A feasible development option*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
- Zahra, S. A. (2010). *Business strategy and innovation*. Boston: Harvard Business School Press.