

REFERENCES

- Aji, G., Fatimah, S., Minan, F., & Azmi, M. A. (2022). Analisis Digital Marketing Tiktok Live sebagai Strategi Memasarkan produk UMKM Anjab Store. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 2(1), 13-24.
- Batubara, S., Harahap, D. S., Hrp, N. H., & Maharani, F. (2021). Analysis of the Impact of Using E-Commerce in Increasing Sales Turnover of Micro, Small and Medium Enterprises in Padangsidempuan City. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 2(5), 1008-1014.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Dewi, H. U. (2019). The analysis of factors that effect business development and income of MSMEs in Denpasar city. *International research journal of management, IT and social sciences*, 6(4), 118-126.
- Firmansyah, .A (2019) *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, 1st Ed., Penerbit Qiara Media, Jawa Tengah.
- Gifari Zakawali. (2022) Fungsi Platform Ecommerce untuk Bisnis Kamu. (Online), ([4 Fungsi Platform Ecommerce Untuk Bisnis Kamu \(sirclo.com\)](#)), diakses 5 may 2022.
- Lestyaningrum, I. K. M., Trisiana, A., Safitri, D. A., & Pratama, A. Y. (2022). *Pendidikan Global Berbasis Teknologi Digital di Era Milenial*. Penerbit Unisri Press, Surakarta.
- Putra, R.E. (2020). Perancangan Logo Dan Corporate Identity Cafe Mak Rempong Milenial Choice Café, Repository.bsi.ac.id. (Online), (<https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/23224>), diupload 5 Juni 2022.

- Redjeki, F., & Affandi, A. (2021). Pemanfaatan pemasaran digital bagi pelaku UMKM sebagai value creation bagi pelanggan di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Internasional Sains dan Masyarakat*, 3(1), 40-55.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh media sosial marketing TikTok terhadap minat beli online di shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 107-116.
- Sholaciyah, A., Santoso, R. A., and Sukaris. (2022). The Effect of Capital, Production Costs and Sales on Income on the Home Industry. *Innovation Research Journal*, 3(1): 52-56.
- Siagian, A. O. (2021). Strategi Pemasaran E-Commerce bagi UMKM Indonesia Untuk meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 6(1), 1-15.
- Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., Permatasari, N. P. I., & Wisudawati, N. N. S. (2022). Pengembangan Citra Merek sebagai Identitas Merek “Arak Besan” dalam Menghadapi Kompetitor. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 167-173.
- Tampenawas, J. L. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing Dan Efektivitas Tiktok Affiliate Terhadap Brand Awareness Skincare Hanasui (Study Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2023). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 772-784.
- Wahyudi, W. (2021) Psikologi Warna Brand, (Online), (<http://desain-grafiss1.stekom.ac.id/informasi/baca/PSIKOLOGI-WARNABRAND/1c90b882d4ac9c7d95d597bd8b37e3bfa36aec00>), diakses 1 Desember 2022.
- Watini, S., Latifah, H., Rudianto, D., & Santoso, N. A. (2022). Adaptation of Digital Marketing of Coffee MSME Products to Digital Transformation in the Era of the Covid-19 Pandemic. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 23-32.
- Yarlina, V. P., & Huda, S. (2021). Strategi Perluasan Pasar Produk Pangan Lokal Umkm Dan Industri Rumah Tangga Melalui Media Sosial Dan E-Commerce. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3465-3475.