

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. P., & Sutarso, J. (2025). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Stralink (Kopi Keliling) di Wilayah Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 272–283.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Walgito, B. (2018). *Pengantar psikologi umum*. Penerbit Andi.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Damian Ryan. (2020). *Understanding Digital Marketing: A Complete Guide to Engaging Customers and Implementing Digital Campaigns*.
- Dave Chaffey. (2022). *Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice* (8th Editio). Pearson Education.
- DeVito, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia* (Edisi ke-5). Karisma Publishing Group.
- Dwi, J., Amory, S., Mudo, M., & Rhena, J. (2025). *Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi : Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet*. 14, 28–37.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzan, M. (2023). *Jumlah UMKM Indonesia capai 66 juta pada 2023*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-umkm-indonesia-capai-66-juta-pada-2023-CN6TF>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). *Three Approaches to Qualitative Content Analysis*. *Qualitative Health Research*, 15(9).
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *KemenKopUKM dorong UMKM pakai teknologi digital untuk daya saing*. *LinkUMKM*. <https://linkumkm.id/news/detail/14423/kemenkopukm-dorong-umkm-pakai-teknologi-digital-untuk-daya-saing>
- Khairunisa, A. N., Misidawati, D. N., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., & Pekalongan, W. (2024). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM*. 3(1), 184–190.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Management*.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*.
- Morisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). *Integrated Marketing Communications*.
- Siregar, M. G., Sundari, A. P., & Elsa, N. (2025). *Studi Kelayakan Bisnis “Kopi Keliling.”* 3(1).
- Šostar, Z., & Ristanović, V. (2023). Assessment of Influencing Factors on Consumer Behavior Using the AHP Model. *Sustainability*. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su151310341>
- Stephen P. Robbins. (n.d.). *Organizational Behavior*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Google Scholar - Sugiyono Kualitatif