

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiasari, S., Nurharyani, O. P., & Nurdianto, E. (2024). Performasi Sintaksis pada Anak Tunagrahita Ringan dan Sedang di SLB Budi Asih Gombang. *Bahtera: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 23(1), 90 – 101. <https://doi.org/10.19166/dil.v3i2.2530>
- Annisa, T. N., Sari, D. K., & Suparno, A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Word Of Mouth pada UMKM Lela Dusen Ngroto Desa Sumogawe. *Jurnal JIKE*, 8(1), 125–137.
- Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Latriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Awa, A., Judijanto, L., Ohyver, D. A., Zahara, A. E., & Setiawati, T. (2024). Digital Marketing Strategy: Membangun Bisnis Online melalui Strategi Pemasaran Digital yang Efektif. *PT. Green Pustaka Indonesia*.
- Budiati, Indah, dkk. 2018. Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Benítez-Márquez, M. D., Sánchez-Teba, E. M., Bermúdez-González, G., & Núñez-Rydman, E. S. (2022). Generation Z Within the Workforce and in the Workplace: A Bibliometric Analysis. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.736820>
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). "Peran Bimbingan dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling Perkembangan". *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10.
- CNBC Indonesia. (2025). Data Terbaru Ungkap Warga RI Lebih Sering Belanja Online atau di Toko.
- Creswel J. W, & Creswell J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. USA : SAGE Publications Inc.
- Daud, S., Hermawan, F., Badry, H., & Yahadi, D. (2025). Optimalisasi Media Sosial Dan Digital Marketing. In *Jurnal Multilingual* (Vol. 5, Number 1).
- Dono, L., & Sos, S. (2025). Komunikasi Pemasaran Kontekstual. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*, 21.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Mevgbdia Edukasi dan Aktivisme. *Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>

- Genira, C. F., & Aisjah, S. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pegguna Tokopedia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(4), 964–973. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2023.02.4.11>
- Hasibuan, Z., Syahputri, N., & Hamtheldy, R. Z. (2022). PENTINGNYA MENGEMBANGKAN PRODUK DAN KEPUTUSAN MEREK DALAM PEMASARAN GLOBAL.
- Henry. (2020). Kuliner, Komedi, dan Edukasi Jadi Konten Paling Digemari di TikTok Indonesia. Retrieved from Liputan 6 website: https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4359320/kuliner-komedi-dan-edukasi-jadi-konten-paling-digemari-di-tiktok-indonesia#google_vignette
- Ismail, Z., Masood, S., & Tawab, Z. M. (2012). Factors Affecting Consumer Preference of International Brands Over Local Brands. *2nd International Conference on Social Science and Humanity*, 31(12), 54–59.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Katadata. (2023). Pengusaha UMKM di Dominasi oleh Gen X. Retrieved from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/149041/pengusaha-umkm-di-indonesia-didominasi-oleh-gen-x>
- Keller, K. L. (2018). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed). Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2020). *Strategi Digital Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Li, Y., Xu, X., Song, B., & He, H. (2020). Impact of Short Food Videos on the Tourist Destination Image—Take Chengdu as an Example. *Sustainability*, 12(17). <https://doi.org/10.3390/su12176739>
- Limansetyo, H. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. Retrieved from Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia website: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>.
- Lin, C. T., Chen, C. W., Wang, S. J., & Lin, C. C. (2018). The Influence of Impulse Buying Toward Consumer Loyalty in Online Shopping: A Regulatory Focus Theory Perspective. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*. <https://doi.org/10.1007/s12652-018-0935-8>
- Meilani, A. N., Nugraha, H. A., Pane, S. N., Maulidia, I., & Tambunan, A. K. (2025).

- Peran UMKM jasa dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. . . *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2672–2678.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mundir, A. (2016). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 33.
- Nadirah, N. E. F., & Ayuningtyas, D. (2022). ANALISIS STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) DAN 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION) INSTALASI RAWAT INAP DI RS TRIMITRA CIBINONG TAHUN 2023. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10).
- Nanda, S. (2023). Mengenal Gen Z, Generasi yang Dianggap Manja. Retrieved from Brain Academy website: <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z>
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *Jurnal Informasi Ekspose Riset Sipil Asrsitektur*, 16(1), 92–104.
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). eWOM pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(2), 70 – 80. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v20i2.6790>
- Rachman Hakim, M., Abdillah, K., Asoloan Sitinjak, G., Anggarani Winadi Prasetyoningtyas, A., Esa Unggul, U., & Arjuna Utara Tol Tomang Kebon Jeruk, J. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Umkm Kuliner Di Era Media Sosial*. 5(5). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i5.2058>
- Ramdhani, A. T. A., & Madani, A. R. (2023). APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama Studi Kasus di Wilayah Kapanewon Moyudan. *Jurnal Aplikasi Ilmu - Ilmu Agama*, 2(2), 159–166
- Regina, T., Sugiyono, & Hendriyani, M. (2025). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM sektor kuliner. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 14. Retrieved from <https://ejurnal.swadharma.ac.id/index.php/komp leksitas/article/view/660>
- Rizka, N. (2025). Milenial dan Gen Z, Kunci Transformasi Digital UMKM Indonesia.
- Saerang, R. T. (2020). Analisis pemanfaatan media sosial dalam peningkatan daya saing UMKM (Food & Beverage) di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1172–1181. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31588>
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., & Purbasari, R. (2023). *Digital Marketing: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Softpedia Publishing Indonesia.
- Tobing, M. M., Octavia, L., & Hutabarat, L. F. (2025). Contemporary Indonesian Spice Routes in North Globe Market and The Existence of Traditional Food.

- Tyas, A. S. P. (2017). Identifikasi kuliner lokal Indonesia dalam pembelajaran bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1 (2), 114–125.
- Waruwu, M. (2024). *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan*. <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>
- Wibowo, A., Yuliyanti, M. S., Suryani, F., Maghfiroh, S., Astria, W., Arianto, N., & Sudaryana, Y. (2025). *Strategi pemasaran*.

