

DAFTAR PUSTAKA

- Nadya, S. N., Barokah, I., & Sarofi, A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Marketing Umkm Di Era Digital. *JURNAL DIALOKA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.32923/dla.v3i1.4474>
- Rohama, M. A. H. U. T. L. S. A. S. G. R. J. (2023). 700-2934-1-Pb. *JPkMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 4(Peningkatan Pengetahuan Tentang Konsep Dasar UMKM dan Legalitas Usaha), 265–276.
- Suhita, S. U., Rosyada, F. A., & Rifani, M. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Sahmiyya*, 1(2), 229–236. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/index.php/sahmiyya/article/view/5799>
- Zulvikar, A. B., Surabaya, U. N., Assyadillah, U. F., Surabaya, U. N., Maulanah, F., Surabaya, U. N., Aditya, B., & Surabaya, U. N. (2023). *Pemanfaatan sosial media sebagai sarana promosi. December*, 0–6.