

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Y. (2020). *RRI*. Banyumas:RRI. Diakses dari <https://rri.co.id/purwokerto/berita/banyumas/786826/produk-umkmunggulan-di-banyumas-diprojek-sikan-menembus-pasar-ekspor>
- Arifah, N. P., & Novi, C. (2016). Paid Promote Sebagai Media Promosi Produk Delicy Dalam Meningkatkan Konsumen Potensial. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*.
- Asmie, P. (2008). Anaisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Besar Pasar Tradisional di Yogyakarta. *Jurnal NeO-Bis*, 2.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2018, April). Buletin APJII. *Edisi 23*.
- Atmoko, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2017). *Hasil pendaftaran Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016 Provinsi Jawa Tengah*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2018). *BPS Kabupaten Banyumas*. Diakses dari <https://banyumaskab.bps.go.id/indicator/12/127/1/penduduk-menurut-kelompok-umur.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2018). *Profil Ketenagakerjaan Kabupaten Banyumas Hasil Sakernas Agustus 2018*. Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2019). *Profil Ketenagakerjaan Kabupaten Banyumas Hasil Sakernas tahun 2018*. Purwokerto: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2020). *Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas*. Diakses Dari <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2020/05/18/269/jumlah-sekolah-taman-kanak-kanak-tk-di-bawah-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kecamatan-dikabupaten-banyumas-2018-2019-dan-2019-2020.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas*. Diakses dari <https://banyumaskab.bps.go.id/>
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas*. Diakses dari <https://banyumaskab>.

bps.go.id/statictable/2020/05/22/282/jumlah-sekolah-madrasah-tsanawiya-h-mts-di-bawah-kementerian-agama-menurut-kecamatan-di-kabupaten-banyumas-2018-2019-dan-2019-2020.html

- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Banyumas. (2020, januari 7). *BPS*. Diakses dari <https://banyumaskab.bps.go.id/statictable/2020/01/07/205/penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kecamatan-2010dan-2018.html>
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Peraturan Badan Pusat Statistik Nomor 37 Tahun 2010 tentang Klasifikasi Perkotaan dan Perdesaan di Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*.
- BPS Jawa Tengah. (2019). *Analisis Hasil SE2016 Lanjutan : POTENSI PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Caroline, D. E. (2019). *Kajian dan Kebijakan Migrasi Tenaga Kerja Provinsi Jawa Tengah*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas. (2018). *Data UMKM Sekabupaten Banyumas tahun 2018*.
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*.
- Fauzia, M. (2018, Oktober 31). *Kompas*. Diakses dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/10/31/204100326/sri-mulyani--umkm-serap-96-persen-tenaga-kerja>
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Furqon, D. F. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Lama usaha dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting di Lemah Duwur, Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika : Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2006). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.

- Handika, M. R., Maradona, A. F., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan bisnis*.
- Hartono, R., Arifin, R., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Stratego Promosi Sosial Media (Instagram) dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok Taya. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Hasanah, N., Nugroho, L. E., & Nugroho, E. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics*.
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri : Persaingan, Monopoli dan REGULASI*. Jakarta: LP3ES.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D., & Best, R. (2007). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill.
- Hidayat, A. (2013, Maret 16). *Tutorial Linearitas Regresi dengan SPSS*. Diakses dari <https://www.statistikian.com/2013/03/linearitas-regresi.html>
- Hidayat, A. (2017, Januari 22). *Pengertian Uji Asumsi Klasik Regresi Linear dengan SPSS*. Diakses dari: <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-asumsi-klasik-regresi-linear-spss.html>
- Indiawan, D. (2020). Strategi Promosi di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Angkutan. *Jurnal Manajemen dan Teknologi Maritim*.
- Indika, D. R., & Jovitaa, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2011). *Metode Penelitian Bisnis edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Iwardono. (2004). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Aryka Shop di kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Jatengprov.go.id. (2020, Januari). *Portal Resmi Provinsi Jawa Tengah*. Diakses dari <https://jatengprov.go.id/beritaopd/umkm-jateng-sumbang-kontribusi-pengentasan-kemiskinan-hingga-50/>
- Karimi, S., & Naghibi, H. S. (2015). Social media marketing (SMM) strategies for small to medium enterprises (SMES). *International Journal of Information, Business and Management*, 86-98.

- Kementrian Koperasi. (2020, Juni). *Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia*. Diakses dari <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi. (2018). Efektifitas Promosi Melalui Instagram pada UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi jilid 1 alih bahasa)*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, P. M. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principles of Macroeconomics*. Canada: Cengage Learning.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta.
- Nayaka, K. W., & Kartika, I. N. (2018). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Bahan Baku terhadap Pendapatan Pengusaha Industri Sanggah di Kecamatan Mengwi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Nitisemito, A. S. (2002). *Cara Penentuan Gaji dan Upah dalam Perusahaan*. Medan, Jakarta, Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Metode Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Nugroho, H., & Kastaman. (2014). Pengaruh Media Sosial Facebook Dalam Peningkatan Penjualan Bisnis Online. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*. Yogyakarta.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*.
- Pemerintah Kabupaten Banyumas. (2017). *Portal Kabupaten Banyumas*. Retrieved from <https://www.banyumaskab.go.id/page/307/letak-geografis>
- Pradipa, L. R., & Kristanti, S. (2018). Media Sosial Intagram Sebagai Presentasi Diri (Studi Kasus Pengguna Instagram di Jakarta). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur*.
- Prasetyo, E. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *AKMENIKA UPY*, 2.

- Pratama, M. Y., & Mutiah. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran pada Iklan Paid Promote Kuliner di Akun Instagram @AsliSuroboyo terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Mahasiswa Unesa*.
- Priambada, S. (2015, November). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Purnomo, R. A. (2016, Juli 2). Strategi Pengembangan Produk Kuliner Di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, XXI*.
- Purwiantoro, M. H., Kristanto SW, D. F., & Widiyanto, H. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Ilmiah Ekacida*.
- Rahmatia, Madris, & Nurbayanu, S. U. (2018). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Lama Usaha Terhadap Laba Usaha Mikro di Kota Palopo Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*.
- Rifai, Z., & Oktaviana, L. D. (2018, Agustus 3). Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra UMKM Banyumas "Pratistha Harsa" untuk Pemasaran Produk Secara Online. *Jurnal Pengabdian Masyarakat BSI, I*.
- Riyanto. (2001). *Dasar-dasar Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit.
- Rozali, A., & Hafni, R. (2015). Analisis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Sadiyoko, A., Tesavrita, C., & Suhandi, I. (2009). Penggunaan Technology Acceptance Model sebagai Dasar Usulan Perbaikan Fasilitas pada Layanan Mobile Internet. *Simposium Nasional Rekayasa Aplikasi Perancangan Industri*.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2008). *Economics*. McGraw Hill Irwin.
- Sarwanti, A., Budi, L., & Wulan, H. S. (2017). Pengaruh Modal Usaha, Biaya Bahan Baku dan Tenaga Kerja Terhadap Kinerja Usaha Industri Tahu di Kabupaten Sukoharjo. *Journal of Management*.
- Sasono, A. (1999). *Konferensi Internasional Ekonomi Jaringan Menuju Demokratisasi Ekonomi*. Jakarta.
- Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*.

- Soekartawi. (2002). *Analisis Usaha Tani*. Jakarta: UI Press.
- Soemargono, F. (1977). RTNH di Kawasan Perkotaan. *Archipel*, 15-20.
- Soliha, Z., & Hoetoro, SE.,MT.,Ph.D, A. (2016). Pengaruh Modal, jam Kerja, Lokasi Usaha dan Pembinaan terhadap Pendapatan Mitra UMKM Indomaret di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Subagyo, P. (2003). *Statistik Deskriptif* (4th ed). Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sukirno, S. (2009). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sulistyo. (2010). Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dengan Basis Ekonomi Kerakyatan di Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Purwokerto: Andi Offset.
- Sumargono. (2011). Sejarah Perkembangan Internet dan Kebutuhan Informasi dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Universitas Pesantres Darul 'Ulum*.
- Syuhada, S. (2014). Analisis Perkembangan Unit Usaha dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Keluarga pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Berbasis Pangan Olahan di Kecamatan Pelayangan Kota Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*.
- Tambunan, T. T. (2011). Development of Micro, Small and Medium Enterprises and Their Constraints: A Story from Indonesia. *Gajah Mada International Journal*.
- Toto Sugiharto, P. (2012). *Ekonomi Kerakyatan dalam Tatanan Ekonomi Indonesia : Peran Koperasi & Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelea, M. (2013). The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer Behavior. *International Journal of Business and Management*.

- Wardiningsih, S. S., & Susanti, R. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Aset dan Omzet Penjualan terhadap Laba UKM Catering di Wilayah Surakarta. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*.
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentaang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptant Model (TAM). *Konferensi NAsional Sistem Informasi*.
- Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Kristen Petra*.

