

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Akib, S., Mulyaningsih, T., Suhadarliyah, S., Yusuf, S. Y. M., Sari, D. P., Purwaningsiwi, U., Amelia, D., Noekent, V., Masripah, I., Mu'ah, M., Pertiwi, S. A., & Al Ghazy, A. (2023). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Seval Literindo Kreasi
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., & Astuti, P. (2021). *Pengembangan UMKM: Antara konseptual dan pengalaman praktis*. UGM Press.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2020). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (9th ed.)*. Pearson.
- Hariyanto, D. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. UMSIDA Press.
- Herlina, S., Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A., Ganiem, L. M., Putri, S. S., Hasibuan, N., Subchan, N., & Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Basya Media Utama.
- Isra, M., Sutanto, E. M., & Handayani, R. (2020). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori*. Palangkaraya: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management (14th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *MKTG (13th ed.)*. Cengage Learning.
- Limakrisna, N., & Purba, N. A. (2017). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Pada Era Digital*. Jakarta: Penerbit PT RajaGrafindo Persada.
- Purba, B., et al. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Santoso, A., & Hartono, S. (2023). *Manajemen usaha kecil menengah (MUKM)*. UMPO Press.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.)*. Pearson.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. (2019). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Kencana.

Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.

Tim Penyusun Buku SMK. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Umiyati. (2022). *Dasar-dasar komunikasi*. Jakarta: Penerbit Media Komunikasi.

Zuwirna. (2020). *Teori komunikasi dalam hubungan antar individu*. Bandung: Pustaka Ilmu.

Skripsi:

Adelia, V. (2019). *Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap ketertarikan masyarakat menabung di BRI Syariah KCP Palopo (Studi pada masyarakat Kelurahan Amassangan Kota Palopo)*. Skripsi Sarjana Ekonomi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Puspitasari, R. A. (2024). *Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian nasabah sebagai variabel intervening pada Bank BRI Cabang Jatirogo* (Skripsi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Rizka, N. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Anki Inka*. Skripsi Sarjana Manajemen, Universitas tertentu.

Jurnal Nasional:

Adiyadnya, I. N. (2020). *Pengaruh Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) terhadap Pendapatan Pedagang UMKM di Kecamatan Denpasar Utara*. Jurnal Solusi, 10(2), 120-130. <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/2608>

Diniati, A., Sutarjo, M. A. S., & Primasari, I. (2023). *Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital bagi pelaku UMKM Kabupaten Sumedang*. Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, 3(4), 553–561. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.458>

Jannah, R., Nasution, F. M., & Andriani, F. (2024). *Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian pada UMKM Op Kitchen di Kabupaten Pelalawan*. Management Science and Engineering Journal, 5(2), 56–64. Diakses dari <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/5495>

- Nurdiana, L., & Farida. (2022). *Komunikasi pemasaran digital pada UMKM sambal pecel tanding roso di Kabupaten Madiun*. *Journal Communication Specialist*, 1(1), 100-110. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jcs/article/view/4872>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). *E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia*. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25-41.
- Sari, R. L., & Suryani, I. M. (2021). *Peran Akses Pembiayaan dalam Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Program Kredit Usaha Rakyat (KUR)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(3), 85-98. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jeb/article/view/3246>
- Triono, T. (2022). *Efektivitas komunikasi pemasaran terhadap peningkatan minat nasabah UMKM dalam program Kredit Usaha Rakyat (KUR)*. *Jurnal SocialLogica*, 4(3), 215-223. Diakses dari <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/JurnalSocialLogica/article/download/815/796/2317>

Website

- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Kontribusi UMKM terhadap PDB dan tenaga kerja di Indonesia. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Bank Central Asia. (2023). *Laporan Tahunan Bank Central Asia 2023*. Retrieved from <https://www.bca.co.id>
- Bank Central Asia (BCA). (n.d.). *Program Kredit Usaha Rakyat (KUR)*. Diakses dari <https://www.bca.co.id>
- Hastiadi, F. F. (2023). Ekonom soroti alasan penyaluran KUR untuk UMKM masih terhambat. Diakses dari *Antara News*. <https://www.antaranews.com/berita/4123929/ekonom-soroti-alasan-penyaluran-kur-untuk-umkm-masih-terhambat>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) Tahun 2023*. Retrieved from <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Posko Pengaduan Bersama Ombudsman RI dan Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Penyaluran KUR dari perbankan ke UMKM belum optimal*. Diakses dari *Kompas Money*. <https://money.kompas.com/read/2023/10/02/191000626/ombudsman--penyaluran-kur-dari-perbankan-ke-umkm-belum-optimal>