

DAFTAR PUSTAKA

- Alansori, A., & Listyaningsih, E. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat*. Andi.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.
- Corden, A., & Sainsbury, R. (2006). *Using verbatim quotations in reporting qualitative social research: researchers' views*. The University of York. <https://doi.org/10.1007/BF01762869>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Edisi Keli). SAGE Publications Inc.
- Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Bengkulu.
- Faris, A. F. (2025, January 23). Data BPS: Hanya 12 Persen UKM di Indonesia yang Adopsi Teknologi Digital, Ini Solusinya. *VIVA*. <https://www.viva.co.id/bisnis/1792663-data-bps-hanya-12-persen-ukm-di-indonesia-yang-adopsi-teknologi-digital-ini-solusinya>
- Halida, U. M., & Wilantini, C. (2023). *Peran digitalisasi dalam memperluas akses pasar UMKM*. IAIN Madura Press.
- Hamdani, S. E., M. Si. (2020). *Mengenal usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lebih dekat*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hidayat, Z., & Hidayat, D. (2020). DATA-DRIVEN JOURNALISM BASED ON BIG DATA ANALYTICS: A MODEL DEVELOPMENT FROM INDONESIA'S EXPERIENCE. *Journal of Content Community and Communication*, 11(10), 65–83. <https://doi.org/10.31620/jccc.06.20/06>
- Hikmah, 14(1), 62-70.
- Houston, D. D. (2020). Adopsi penerimaan digital payment pada kalangan milenial. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/download/59/49>
- Indiarma, V. (2023). Inovasi teknologi informasi di usaha mikro kecil

menengah.

- Isdarmadji, N. Q. (2024). *Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital pada 2024*. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi. <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kominfo-targetkan-30-juta-umkm-adopsi-teknologi-digital-pada-2024>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed., Global ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi model laswell dan stimulus-organism-response dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.
- Leavy, P. (2020). Introduction to the Oxford handbook of qualitative research. *The Oxford handbook of qualitative research*, 1, 1-24.
- Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
- Merriam, S. B., & Grenier, R. S. (2019). *Qualitative Research in Practice: Examples for Discussion and Analysis* (Edisi Kedu). Jossey-Bass.
- Populix. (2023). *Survei Populix: E-commerce masih jadi pilihan untuk belanja produk elektronik, rumah tangga, dan kesehatan*. Populix.Survei Populix: Platform E-commerce Masih Jadi Pilihan untuk Belanja
- Rachman, V. (2024). Transformasi pasar tradisional: Kisah sukses Titipku dan kegigihan Henri Suhardja. Transformasi Pasar Tradisional: Kisah Sukses Titipku dan Kegigihan Henri Suhardja - SWA.co.id
- Rafa'al, M., Simabur, L. A., & Sangadji, S. S. (2021). Komunikasi pemasaran di pemerintahan dan pengaruhnya terhadap keputusan wisatawan domestik. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 533–550. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i6.4219>
- Reftari, D. H., Suryana, A., & Setiaman, A. (2018). Komunikasi pemasaran olahraga renang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 247. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.13221>
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian.

- Suryahani, I., Nurhayati, N., & Gunawan, E. R. S. (2024). *Dinamika global perekonomian Indonesia* (hlm. 97). PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia*. Prenada Media.
- Teman Startup. (2024). *Titipku: Dalam misi digitalisasi 1.000 pasar tradisional Indonesia*. Titipku: Dalam Misi Digitalisasi 1.000 Pasar Tradisional Indonesia. <https://temanstartup.com/titipku-dalam-misi-digitalisasi-1-000-pasar-tradisional-indonesia/>
- Transformasi Pasar Tradisional: Kisah Sukses Titipku dan Kegigihan Henri Suhardja. (2024). swa.co.id. <https://swa.co.id/read/449353/transformasi-pasar-tradisional-kisah-sukses-titipku-dan-kegigihan-henri-suhardja>
- Ubaidillah, M. (2023). Peluang dan tantangan digitalisasi pasar tradisional di Indonesia. Peluang dan Tantangan Digitalisasi Pasar Tradisional di Indonesia - SWA.co.id
- Ulfa, R., & Marta, R. F. (2017). IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADUPADA YAYASAN NURUL IBAD JAKARTA TIMUR. *Bricolage Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 2(02). <https://doi.org/10.30813/bricolage.v2i02.835>
- Wahid, U. M., & Rizki, M. F. (2018). Upaya komunikasi pemasaran terpadu televisi lokal melalui budaya lokal. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 160. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.15821>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Silviani, I., & Darus, P. (2022). *Strategi komunikasi pemasaran menggunakan teknik integrated marketing communication (IMC)*. Scopindo Media Pustaka.