

DAFTAR PUSTAKA

- Al-A'ziz, Fadhil Fikri. 2024. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membangun Brand Image Usaha Cucian Sepatu 28 Shoes Clean di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Alfikri, Muhammad, & Raudhah, Nadira. 2025. Peran influencer Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* UMKM kuliner Medan. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1): 65–80.
- Allen, Michael J., & Yen, Wendy M. 2020. *Introduction to Measurement Theory*. Long Grove: Waveland Press.
- Anggraeni, R., & Suharto, B. 2022. Strategi Digital Marketing UMKM Laundry di Kota Malang dalam Meningkatkan Volume Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Digital dan UMKM*, 4(1): 55–66.
- AnSaudara, Afriansyah Firdaus, & Purwantoro, Hendro. 2024. Pengembangan dan perluasan jaringan pemasaran UMKM melalui *digital marketing* di Kelurahan Tulusrejo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. *Berdaya Ekonomi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1): 12–20.
- Arifin, Zainal. 2021. *Evaluasi Instrumen Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ascharisa, Nabila. 2018. *Transformasi Pemasaran Konvensional ke Digital Marketing*. Jakarta: Penerbit Digital Nusantara.
- Ashar, Yosafat Satria, & Hariyasasti, Yuyun. 2025. Peranan pemasaran *digital* pada UKM konveksi. *UJoST: Universal Journal of Science and Technology*, 3(1): 22–30.
- Asosiasi Laundry Indonesia Wilayah Malang. 2024. *Survei Penggunaan Media Digital pada UMKM Laundry*. Malang: ALI Wilayah Malang.
- Astuti, M., & Rachmawati, L. 2024. Efektivitas WhatsApp Business dalam Pemasaran Jasa Laundry. *Jurnal Ekonomi Digital dan UMKM*, 2(1): 23–31.
- Aulia, Siti. 2025. Analisis Strategi *Digital Marketing* UMKM dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Inovasi dan Kolaborasi Nusantara*, 3(2): 123–134.
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. 2023. *Malang Dalam Angka 2023*. (Online), (<https://malangkota.bps.go.id>), diakses tanggal 2 Maret 2025.

- Chaffey, Dave, & Smith, PR. 2022. *Digital marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Abingdon: Routledge.
- Creswell, John W. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Creswell, John W., & Guetterman, Timothy C. 2021. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Boston: Pearson Education.
- Denova, Anindita, Rahman, Thariq Azmi, & Ulya, Annisa Jauza. 2025. Pengaruh peran mikro influencer dalam membangun kepercayaan dan keputusan pembelian terhadap merek UMKM di era modern. *Musytari Journal*, 9(2): 98–110.
- Denzin, Norman K. 2017. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: Routledge.
- Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. 2023. *Laporan Tahunan Data UMKM Sektor Jasa*. Kota Malang: DKPP Malang.
- DISKOPINDAG Kota Malang. 2023. *Laporan Tahunan UMKM Sektor Jasa Kota Malang*. Malang: Pemerintah Kota Malang.
- Fadillah, Dedi, & Arsyad, Riko. 2024. Efektivitas WhatsApp Business sebagai Media Pelayanan Pelanggan pada UMKM Berbasis Jasa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Teknologi*, 3(1): 33–45.
- Helianolita, Vanya, Michiko, Della, & Effny, Fauziah. 2025. Strategi pendampingan *digital* untuk UMKM Hoshiitako. *Jurnal Pariwisata dan Pengembangan*, 6(2): 144–156.
- Ikaningtyas, Miftahul, Arafa, Syahril Ghazali Ananda, & Wahid, Mochammad As'ad. 2025. Pengaruh strategi pemasaran *digital* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM. *Journal of Applied Social Studies*, 7(1): 45–60.
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2024. *Jumlah UMKM yang Masuk ke Ekosistem Digital di Indonesia 2020–2024*. (Online), (<https://kemenkopukm.go.id>), diakses tanggal 1 Juli 2025.

- Kementerian Koperasi dan UKM. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. 2021. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. 2021. *Marketing Management* (16th ed.). Boston: Pearson.
- Kurniawati, S., & Maulida, R. 2023. Strategi Komunitas Digital untuk UMKM Laundry di Facebook. *Jurnal Inovasi Sosial Digital*, 1(2): 44–56.
- Kusumawardhani, Rara, & Satria, Wahyu. 2023. Pemanfaatan TikTok untuk Pemasaran Produk UMKM Kuliner di Kalangan Milenial. *Jurnal Inovasi Digital*, 7(2): 91–104.
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael, & Saldaña, Johnny. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Muljosumarto, Claudia, Jessica, Shanty, & Naftali, Jimmie. 2022. *Perancangan Strategi Visual Branding C&F Laundry Service Cerme, Gresik Secara Online Saat Pandemi Covid-19*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Nugroho, Aditya T., & Adiyasa, Raka. 2025. Ketahanan UMKM Berbasis Digital: Studi pada Sektor E-Commerce. *Musytari: Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 11(1): 56–70.
- Nuraeni, Ika, & Atfianto, Dwi. 2023. *Optimalisasi Penggunaan Instagram sebagai Sarana Branding dan Komunikasi Digital pada UMKM di Era Transformasi Digital*. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 5(2): 123–134.
- Paningrum, Diah, Putra, SDF, & Adiba, Farah. 2025. Optimalisasi Pemasaran Digital dan Estetika Bisnis UMKM. *Sewagati: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1): 89–102.
- Patton, Michael Q. 2015. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Praselanova, Riska. 2025. Pemberdayaan UMKM melalui konsep desa cerdas digital marketing. *Madanika: Jurnal Pengabdian*, 8(1): 51–63.

- Priyanto, D. 2021. Pengaruh Media Sosial terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian pada UMKM Laundry. *Jurnal Manajemen Terapan*, 5(3): 87–97.
- Puspita, Dian, & Susanti, Nina. 2021. Pemanfaatan *digital marketing* pada UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2): 45–54.
- Ramadhan, F., & Lestari, T. 2023. Peran WhatsApp Business dalam Efektivitas Komunikasi UMKM Laundry. *Jurnal Bisnis Jasa dan Teknologi*, 6(2): 91–104.
- Ramadhani, Nur, & Izzaty, Salma. 2023. Peran YouTube dalam Edukasi dan Promosi Produk UMKM di Masa Pascapandemi. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1): 50–63.
- Rahmawati, Nurul. 2021. Pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan daya saing UMKM di era pandemi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1): 33–40.
- Rifani, Marcellina, Rosyada, Fikri Amalia, & Suhita, Sifa Uchtiat. 2022. Pengaruh media sosial dalam strategi pemasaran produk pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Sahmiyya*, 1(2): 229–236.
- Saputra, Taufik, & Dian, Shinta. 2025. Optimalisasi Media Sosial untuk Pemasaran Jamur Tiram UMKM di Desa Telang Sari. *Indonesia Berdampak: Jurnal Inovasi Sosial*, 2(1): 44–55.
- Sofiana, Wulan, & Lestari, Ayu. 2022. Pemanfaatan Facebook dalam Meningkatkan Interaksi Pelanggan UMKM Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Pemasaran Digital*, 4(1): 75–86.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taherdoost, Hamed. 2022. Validity and Reliability of the Research Instrument. *International Journal of Academic Research*, 9(1): 64–78.
- Vania, Annisa, & Fikriah, Nurlaili. 2023. Optimalisasi *creative digital marketing* untuk keberlanjutan UMKM: Penggunaan *Google Form* dan WhatsApp Business. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2): 101–110.

- Wagiyo, Wahyu, Aziz, Muhammad Nur, & Purwanto, Purnomo. 2025. Strategi pemasaran *digital* untuk pemberdayaan UMKM: Studi kasus UMKM Kerupuk Pak Gun. *Bagimu Negeri: Jurnal Pemberdayaan*, 7(1): 12–24.
- Wijaya, Hadi, Andri, Citra, & Dewi, Nur Fitri. 2025. Menuju Keberhasilan SDGs dan Keunggulan *Digital* UMKM 2030 melalui Literasi *Digital*. *Jurnal Abdi Insani*, 5(2): 102–115.
- Yin, Robert K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Yuliana, Ririn, & Rokhmawati, Diah. 2024. Penguatan strategi pemasaran *digital* produk home decoration pada UMKM Corrie Gallery di Sawojajar Malang. *Jurnal ABM Mengabdi*, 6(1): 34–42.