

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, B. R., & Boer, K. M. (2023). Analisis *customer engagement* pada akun media sosial Instagram Beda Sepatunya. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1523–1540.
- Addinna *et al.* (2026). *Instagram Marketing for Brand Awareness in Certification and Training MSMEs*. Daengku Journal.
- Aminah *et al.* (2025). Peningkatan daya saing UMKM melalui optimalisasi pemasaran digital: Studi kasus pada pelaku usaha kuliner di Kota Makassar. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(5), 7473–7483. STIM LPI Makassar.
- Ati *et al.* (2025). Studi kasus customer engagement dan content planning dalam manajemen pemasaran PT Akademi Smart Indonesia. *Journal of Indonesian Management*, 5(3), 1–8.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson Education. Retrieved from.
- Ditahardiyani, P., et al. (2025). Analisis *engagement rate* Instagram UMKM kerajinan hijau di Indonesia berdasarkan format konten dan jumlah *follower*. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 10(6), 632–642.
- Fitz, L. R. G., & Scheeg, J. (2025). *Content-and-review platform engagement of end-users and local businesses: An explorative analysis based on Google Maps data*. In M. A. Bach Tobji *et al.* (Eds.), ICDEc 2024, LNBIP 530 (pp. 179–192). *Springer Nature Switzerland*.
- Griya Hijau Hidroponik. (2024). *Griya Hijau Hidroponik*. Google Sites. Griya Hijau Hidroponik.
- Junaedi *et al.* (2023). Peran media sosial dalam mendukung inovasi dan digitalisasi UMKM. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 98–103. STKIP Majenang.
- Kenneth C. Laudon & Carol Guercio Traver. (2024). *E-commerce: Business, technology, society* (18th global ed.). Pearson.
- Kim. (2023). Pemanfaatan konten Instagram untuk membangun customer *engagement* dalam UMKM Indonesia. *Jurnal Strategi Desain dan Inovasi Sosial*, 4(2), 144–149.

- Pearson Education. (2023). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited. ISBN: 978-1292400445.
- Pellegrino, A., & Abe, M. (2023). *Leveraging social media for SMEs: Findings from a bibliometric review*. *Sustainability*, 15(8), 7007.
- Pramudya, A. *et al.* (2025). Analisis strategi konten *marketing* media sosial Instagram pada UMKM Food *Familys*. *Indonesian Journal of Digital Business*, 5(3), 759–772. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rasyad, R. Z. (2025). Pengantar bisnis digital. PT Rajawali Media Utama. ISBN: 978-623-89842-0-6.
- Ravtilova, R., Afiany, F. D., & Audria, H. R. (2025). Strategi *content marketing* untuk meningkatkan *brand recognition* UMKM kuliner: Studi kasus pada Nasi Telor Ma Edja Bandung. *Jurnal Maneksi: Management Ekonomi dan Akuntansi*, 14(3), 1109–1118.
- Saputri *et al.* (2023). Peran *Marketplace* dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE Journal*, 3(1).
- Sari, M.N. (2025). Implementasi Strategi Digital *Marketing* Berbasis WhatsApp Business pada UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-3). Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, E.S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1).
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2020). Dasar-dasar manajemen (Cetakan ke-2). Jakarta: Bumi Aksara. ISBN: 978-602-444-485-3.
- Utami, N. W. (2025). Mengapa hidroponik bisa menjadi solusi bagi pertanian modern? Ini alasannya. Kompas Skola. Kompas Skola.
- Vazquez, E. E. (2020). *Effects of enduring involvement and perceived content vividness on digital engagement*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(1), 1–16.