

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astyawan, P. R. (2019). Menperin Janji Produk IKM Banjiri Pasar E-Commerce Indonesia. Retrieved from Okefinance website:
<https://economy.okezone.com/read/2019/03/21/320/2033209/menperin-janji-produk-ikm-banjiri-pasar-e-commerce-indonesia>
- Badan Pusat Statistik. (2010). Penduduk menurut kelompok umur dan agama yang dianut. Retrieved from BPS website:
<https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?wid=0000000000&tid=320&fi1=58&fi2=3>
- Banerjee, S., & Dasgupta, P. (2015). *Branding in Small and Medium Enterprises : A Conceptual Model to Manage Branding Initiatives*. (MAY 2009).
- Basri, Y. Z., & Nugroho, M. (2009). *Ekonomi kerakyatan: Usaha mikro, kecil dan menengah*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Carvalho, R. P. G. (2007). *THE ROLE OF BRANDING IN SME START-UPS*. (November), 44.
- Dewi, L., & Magdalena, F. (2017). *Pengaruh Personal Selling Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Bisnis Mahasiswa*. 14(2), 253–261.
- Durianto, D., & Dkk. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ebbert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis*. Erlangga.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen* (3rd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gonzalez, A. (2015). Improving Sme'S Brand Awareness By Digital Marketing - A Guide For SME'S. *Bachelor's Thesis :Turku University of Applied Sciences*.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Joesyiana, K. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MEDIA ONLINE SHOP SHOPEE DI PEKANBARU (Survey pada Mahasiswa Semester VII

- Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Valuta*, 4(1).
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). *Kemenperin Fasilitas IKM Di Marketplace Dengan E-Smart IKM*. Retrieved from Kementrian Perindustrian Republik Indonesia website: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/19032/Kemenperin-Fasilitas-IKM-di-Marketplace-dengan-e-Smart-IKM>
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17 Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15 edition*. London: Pearson Education.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran* (6th ed.). BUMI AKSARA.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nur, A. P., Thaib, D., & Wahab, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: McGraw-Hill Education (Asia) dan Salemba Empat.
- Plessis, A. J. Du, Indavong, S., & Marriott, J. R. (2015). *SME brand management : a lack of business skills , financial support and human resources*. 1–19.
- Rini, B. C., & Hasbi, I. (2015). Pengaruh Advertising , Sales Promotion , dan Direct Marketing Rakuten.co.id di Instant Messaging Line terhadap Brand Awareness. *E-Proceeding of Management*, 2(2), 1335–1342.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

- Setyaningrum, A., & Dkk. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Soemanagara, D. F. (2019). UMKM butuh tampilan visual menarik. Retrieved from Mnews website: <https://mnews.co.id/read/fokus/umkm-butuh-tampilan-visual-menarik>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Dkk. (2010). *Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor: IPB Press.
- Swasty, W. (2016). *Branding Memahi dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Isu-Isu Penting*. LP3ES.
- Timotius, K. H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tsikirayi, C. M. R., Muchenje, B., & Katsidzira, Z. (2013). Impact of integrated marketing communications mix (IMCM) in small to medium enterprises (SMEs) in Zimbabwe as a marketing tool. *Research in Business And Economic Journal*, 7(1), 1–12.
- Wicaksono, M. P. ., & Seminari, N. K. (2016). *Pengaruh iklan dan word of mouth terhadap brand awareness traveloka*. 5(8), 5098–5127.
- Yudhiartika, D., & Haryanto, J. O. (2012). Pengaruh personal selling, display, promosi penjualan terhadap kesadaran merek dan intensi membeli pada produk kecantikan Pond's. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 17(2), 142–156. Retrieved from <http://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/2187>