

DAFTAR PUSTAKA

- Adhrianti, dkk. (2022). *Digitalisasi UMKM: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Produk UMKM Guna Meningkatkan Brand Awareness Dan Penjualan Produk UMKM*.
- Admin Yotta. (2025). *Yotta_id Instagram*.
https://www.instagram.com/yotta_id?igsh=MXM0OHhieJUycTRobg==
- Adryan. (2024). *Interview CEO Yotta*.
- Akbar, M. (2023). *Pidato Pengukuhan: Iklan di Tengah Peradaban Manusia*.
- Amalia, dkk. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Di Jawa Timur. Dalam *Abdimas Galuh* (Vol. 5, Nomor 1).
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95.
<https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (T. Bahfiarti, Ed.). Airlangga University Press.
- Azis Riu, I. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus: Yotta Brand Lokal Asal Makassar). Dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Nomor 4). <https://abadiinstitute.org/index.php/JUMAWA>
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknis ITS*, 10. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Badri, J. dkk. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Guna Meningkatkan Penjualan. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1214–1217.
<https://doi.org/10.55681/swarna.v2i12.1066>
- Basu Swastha & Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Chalid, & Musa, I. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus: Yotta Brand Lokal dari Makassar). Dalam *IJHABS| Jurnal Internasional Kemajuan Kemanusiaan* (Vol. 1, Nomor 3). www.DeepL.com/pro
- Dainton, M. (2018). *Applying Communication Theory for Professional Life Fourth Edition*.
- Darudianto, S. (2007). *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi PT Maju Bersama (Studi Kasus: Penjualan dan Piutang Usaha)*.

- Dearing, J. W., & Cox, J. G. (2018). *Diffusion of Innovation Theory, Principles, and Practice. Health Affairs.*
- Eltayib, N., Chandrakant Bhimani, A., Ghandi, I. A., Kamdar, & Twinkle Sanfeev. (2018). The Effect of Social Media Marketing in Small Business Performance. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*, 5(1).
- Endang, F. (2018). *Mengulik Kompleksitas Proses Difusi Inovasi Teknologi.*
- Erceg, A., Kelić, I., & Biloš, A. (2021). Evaluation of Franchise System Websites: The Evidence from Croatia. *Engineering Management in Production and Services*, 13(1), 27–40. <https://doi.org/10.2478/emj-2021-0002>
- Ester van Laar, A. J. van D. J. R. van D. J. de H. (2020). *Faktor Penentu Keterampilan Abad 21 dan Keterampilan Digital Abad 21 bagi Pekerja: Tinjauan Pustaka yang Sistematis.* <https://us.sagepub.com/en-us/nam/open-access-at-sage>
- Fajri, I. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa Ilham Fajri. Dalam *THE Journal* (Vol. 8, Nomor 1).
- Fatmawati, dkk. (2023). Pemanfaatan Platform Marketplace Untuk Ekspansi Bisnis UMKM Lokal. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 77–82. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v5i2.4733>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran.* Penerbit Qiara Media.
- Griffin, E. (2019). *A First Look at Communication Theory.* (10th Edition). McGraw-Hill Education.
- Gusdwisari, B. (2020). *Digital Skill Education Concept, Upaya Peningkatan Kualitas Generasi Muda Dan Mengurangi Tingkat Pengangguran Menuju SDGs 2030.*
- Handayani, A. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Makanan dan Minuman Kekinian untuk Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 12.
- Hariyanti, N. T. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur) Alexander Wirapraja institut informatika indonesia.* <https://www.researchgate.net/publication/339787291>
- Hatim. (2025). *Yotta Hasanuddin Gowa: Tempat Nongkrong Cozy Favorit Baru.*
- Julie Atherton. (2023). *Social Media Strategy: A Practical Guide to Social Media Marketing and Customer Engagement.* Kogan Page.

- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Khatman, & Muh Nasri. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembeli Minuman Yotta di Samata Kabupaten Gowa. *Journal of Islamic Education Management*. <https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2471>
- Kotler, P. (1991). Principle Of Marketing. *Management Decision*, 29(2). <https://doi.org/10.1108/00251749110004961>
- Leahy, D., & Wilson, D. (2014). *Digital Skills for Employment*. 178–189. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-45770>
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). *Metode Penelitian Sosial*.
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.30656/lontar.v2i2.347>
- Maturbongs, Y. H. (2020). Kecakapan Digital Sebagai Fondasi Keahlian di Masa Pandemi. *Tarfomedia*.
- Mego, K. J., & Facrureza, D. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Mix 7P terhadap Tingkat Penjualan di Mini Kopi Green Ville. *MES Management Journal*, 3, 385–404. <https://doi.org/10.56709/mesman.v3.i2.231>
- Men, L. R., & Tsai, W. H. S. (2015). Infusing Social Media with Humanity: Corporate Character, Public Engagement, and Relations Outcomes. *Public Relations Review*, 41(3).
- Moh Fakhrurozi, Warsiyah, & Emy Sri Purwani³. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan Pada UMKM Ecoprint Yasmin Wiwid. *KALIANDA HALOK GAGAS*, 6(2), 138–146. <https://doi.org/10.52655/khg.v6i2.83>
- Morandini, M. C., Thum-Thysen, A., & Vandeplass, A. (2020). Facing The Digital Transformation: Are Digital Skills Enough? *Directorate General Economic and Financial Affairs*.
- Muchlis Abbas, dkk. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akutansi*, 5(1).
- Mukarromah, S. (2018). *Implementasi Startegi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Bajusenamgrosir.com*. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Nasrullah. (2021). *Royalti Penggunaan Merek dalam Sistem Franchise di Indonesia menurut Hukum Islam*.

- Nisrokha. (2020). Difusi Inovasi Dalam Teknologi Pendidikan. *Jurnal Madaniyah*, 10 Nomor 2.
- Nizam, M. (2023). *5 Fakta YOTTA!, Minuman Kekinian Makassar dengan Puluhan Gerai*.
- Nizam, M. (2025). *Interview Manager Marketing Yotta*.
- Noeng, M. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Prenada Media.
- Nuruddin. (2003). *Komunikasi Massa*. Pustaka Belajar.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media.
- Puspita Kriswanto, F., & Nurhasanah, N. (t.t.). *Kajian Analisis Media Sosial Instagram dengan Pendekatan Teori Uses and Gratification Sebagai Tolak Ukur Kepuasan Pengguna*.
<https://journalpedia.com/1/index.php/jmbm>
- Rachmawati, R., Jasa, J. T., Produksi, D., & Semarang, U. N. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Ri'aeni, I. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. *Jurnal Komunikasi*, 1 Nomor 02. <http://digitalmarketinginaction.asia/>
- Riley, J. (2020). Sustaining Customer Engagement Through Social Media Brand Communities. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 30(4).
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
- Rizeki, D. N. (2022). 8 Jenis Digital Skill yang Dibutuhkan dalam Bisnis. *Majoo*.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovations by Everett Rogers*.
- Rogers, & Everett M. (1985). *Diffusion Of Innovations*.
- Salim Siregar, I., Leli, N., Tri Handayani, R., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi dengan Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–444.

- Sangkala, M. (2023). Peranan Audit Pemasaran Pada Usaha Minuman Yotta di Makassar Cabang Pettarani. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1), 2023. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Serfiyani, C. Y. dkk. (2015). *Franchise Top Secret: Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*. Penerbit Andi.
- Sharma, K., & Kumar, P. (2018). Book review: Tracy L. Tuten and Michael R. Solomon, Social Media Marketing. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 22(2). <https://doi.org/10.1177/0972262918766148>
- Soekendar, A. J., & Pratiwi, P. (2023). Difusi Inovasi untuk Keberlanjutan Bisnis Ritel Kecil: Strategi Pemasaran Digital. *Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 81–99. <https://dataindonesia.id/>
- Stofkova, J., Poliakova, A., Stofkova, K. R., Malega, P., Krejnos, M., Binasova, V., & Daneshjo, N. (2022). Digital Skills as a Significant Factor of Human Resources Development. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013117>
- Suharnoko. (2015). *Hukum Perjanjian Teori dan Analisis Kasus*. Prenada Media.
- Sukarja, D., & Murti Lubis, T. (2023). Aspects of Coffee Business Franchise Agreement (Study of Franchise Business in Medan). *Neoclassical Legal Review: Journal of Law and Contemporary Issues*, 02(01), 1–09. <https://doi.org/10.32734/nlrv2i1.9828>
- Susan Gunelius. (2011). *Content Marketing For Dummies*. Wiley Publishing.
- Sutedi. A. (2008). *Hukum Waralaba*. Ghalia Indonesia.
- Suwardin. Suchaelah. (2021). *Pengaruh Harga, Atmosfer Toko, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yotta Milk di Kota Makassar*.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*.
- Tri, R., Yanto, Y., Lintang, A., & Prabowo, P. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Produk Pembiayaan KPR Bersubsidi Di BANK BTN SYARIAH Bandung. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10 Nomor 1.
- Trifosa Veronica, M., Malkan, I., Ilmi, B., Fakultas,), & Kesehatan, I. (2020). Minuman Kekinian Di Kalangan Mahasiswa Depok Dan Jakarta. Dalam *Indonesian Journal of Health Development* (Vol. 2, Nomor 2).
- Udiono, T. (2010). *Penjualan (Point of Sales) Pada Koperasi Karyawan Bina Nusantara Tangkas Udiono* (Vol. 1, Nomor 2).
- Vargo, A., & Wieland. (2020). Rethinking The Process of Diffusion in Innovation: A Service-ecosystems and institutional perspective. *Journal of Business Research*, 116, 526–534.

Wardhana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/327069950>

Wigmo Edvard Wikström, J., & Askenäs Gothenburg, L. (2010). *Social Media Marketing What role can social media play as a marketing tool? Soc ia I M e dia M a r ke t in g What role can social media play as a marketing tool?*

Wulandari, I. G. A. A., & Suastika, I. N. (2022). *Bisnis Waralaba Bidang Pendidikan Ditinjau dari Perspektif Tri Hita Karana: Studi Literasi*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(no 2).

Yuliani, R., Minat, A., Terhadap Peluang, M., & Waralaba, B. (t.t.). *Analisis Minat Mahasiswa terhadap Peluang Bisnis Waralaba*. www.waralabaku.com,