

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Iqbal Fasa, M. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1). <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/es/index>
- Amanah, D., & Ansari Harahap, D. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Konsumen. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*.
- Aurellia, A. (2024, April 14). *Warung Ubi Ibu Bandung, Wisata Kuliner Sajikan Menu Belahan Dunia*. Retrieved from detikJabar: <https://www.detik.com/jabar/kuliner/d-7291794/warung-ubi-ibu-bandung-wisata-kuliner-sajikan-menu-belahan-dunia>
- BPS Jawa Barat. (2024, December 16). *Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit), 2021-2023*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Jawa Barat: <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzUyIzI=/banyaknya-usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html>
- Cangara, H. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi ke-4). Jakarta: Rajawali Pers.
- Chrismardani, Y., Jurusan, D., Fakultas, M., Dan, E., Universitas, B., Madura, T., Raya, J., Po Box, T., & Madura, K. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk UMKM. In *Jurnal NeO-Bis* (Vol. 8, Issue 2).
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Daniera, D. (2023, May 25). *Jajan di Food Truck Nyentrik Warung Ubi Ibu, Hadirkan Masakan Eksperimen yang Selalu Berganti*. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5296170/jajan-di-food-truck-nyentrik-warung-ubi-ibu-hadirkan-masakan-eksperimen-yang-selalu-berganti>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dimas Wahyu Djatmiko, K., & Sudrajat, A. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh *Guerrilla Marketing* Dan Cross Selling Terhadap. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 117–129.
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*.
- Handes. (2019). *Creative Planning Dan Strategi Pengembangan Pesan Komunikasi Pemasaran*.
- Hasna, S. (2023, May 17). *70% UMKM Lokal di Indonesia Kesulitan Memasarkan Produk*. Retrieved from Cek Survey: <https://ceksurvey.com/2023/05/17/70-umkm-lokal-di-indonesia-kesulitan-memasarkan->

produk/?utm\_source=rss&utm\_medium=rss&utm\_campaign=70-umkm-lokal-di-indonesia-kesulitan-memasarkan-produk

- Jurnal, H., & Cahyani, G. (2023). *Marketing Communication: Peran Guerrilla Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Eropa*. 2(2).
- Kurniawanti, D., Hendrawan, B., Bisnis, P. A., Politeknik, T., & Batam, N. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Indonesia Villajaya Dalam Upaya Membangun Loyalitas Konsumen. In *Journal of Applied Business Administration* (Vol. 1, Issue 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lean, M., Alcantara, E., Bisnan, J. S., Guevarra, T. N. T., Dexter, J., Javier, P., Legaspi, R. R., Pascual, R. G., Vales, H. D., & Iban, M. A. (2024). Examining The Impact Of Guerilla Advertising Content On Consumer Purchase Intention Of Gen Z. *Ignatian International Journal for Multidisciplinary Research*, 2(1).  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10599768>
- Mariska. (2024, April 30). *5 Penyebab UMKM Gulung Tikar, Salah satunya Legalitas*. Retrieved from Kontrak Hukum: <https://kontrakhukum.com/article/umkm-gulung-tikar/>
- Mucharomah, N. L. (2023, May 16). *Entrepreneur News: Daily Social*. Diambil kembali dari Daily Social Web site: <https://dailysocial.id/post/survei-70-persen-umkm-lokal-di-indonesia-kesulitan-memasarkan-produk>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Orang, A. P. P. N., & Volume, J. A. M. |. (2016). Guerilla Marketing: Pengaruh Guerilla Advertising terhadap Awareness dan Image Produk bagi Perusahaan. In *Terindeks dalam Google Scholar JAM* (Vol. 14, Issue 1).
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Putra Pratama, A. (2016). Guerilla Marketing: Pengaruh Guerilla Advertising terhadap Awareness dan Image Produk bagi Perusahaan. In *Terindeks dalam Google Scholar JAM* (Vol. 14, Issue 1).
- Rita Fiantika, F., Wasil, M., & Jumiayati, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Selan, C. V. P., Lopian, S. L. H. V. J., Gunawan, E. M., Vinny, C., Selan, P., & Gunawan, E. M. (2021). *The Effects Of Guerilla Marketing On Consumer Purchase Intention With Brand Awareness As A Mediating Variable In Pt. Solusi Transportasi Indonesia (Grab) Pengaruh Pemasaran Gerilya Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Mediasi Di Pt. Solusi Transportasi Indonesia (Grab)*. 9, 385–396.
- S, E. (2021, August 20). *ADB: Pelaku UMKM yang Bakal Kehabisan Modal Meningkat*. Retrieved from Koran Jakarta: <https://koran-jakarta.com/adb-pelaku-umkm-yang-bakal-kehabisan-modal-meningkat>

- Seputar Bandung. (2024, November 20). *Warung Ubi Ibu, Kafe ala Meksiko yang Cocok untuk Nongkrong*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/seputar-bandung/warung-ubi-ibu-kafe-ala-meksiko-yang-cocok-untuk-nongkrong-23wwB7HInQo/full>
- Situmorang, J. R. (2016). *Pemasaran Gerilya Sebagai Alternatif Pemasaran Konvensional*.
- Šontaitė-Petkevičienė, M. (2021). *Guerrilla Marketing: A creative and small budget approach to entrepreneurial marketing*. *Research for Rural Development*, 36, 218–225. <https://doi.org/10.22616/rrd.27.2021.031>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono, N. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk *Guerrilla Marketing* Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Konsumen Produk Minuman Coca-Cola). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 50, Issue 5).
- Zulfikar, M. (2023, July 7). *Akademisi paparkan penyebab UMKM di Tanah Air sulit berkembang*. Retrieved from Antara News: <https://www.antarane.ws.com/berita/3623952/akademisi-paparkan-penyebab-umkm-di-tanah-air-sulit-berkembang>