

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, H., Tasnim, M., Pratama, F. A., & Marbawi. (2023). Pengembangan metode pemasaran dan manajemen operasional usaha pada UMKM Peci Nasional Cahaya Insan Kota Padang. *Jurnal Internasional Komunitas Peduli Kemanusiaan (IJCCH)*, 2(2), 198–208.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (Edisi ke-8). Pearson Education.
- Dita, P., Safitri, S., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT Menjadi Sebuah Alat Strategis Untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi: Studi UMKM Rumah Makan Pondok Rumbio. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 01–10.
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian pada Cafe Pitstop Gresik. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 10–17.
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan *digital marketing* bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77–79.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan *digital marketing* sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (Edisi ke-16). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J., & Rogi, M. H. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Podomoro Poigar di era normal baru. *Jurnal EMBA*, 9(2).
- Muchtar, M. I., Akbar, R. R., & Pratama, M. R. (2024). Pengaruh brand trust, promosi media sosial dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Permen Relaxa di Kabupaten Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 715–722.
- Muzizah, C. N., Cardias, E. R., & Ermawati, E. A. (2024). Pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian tamu di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(1), 91–103.

- Prastowo, S. L., & Rahmadi, R. (2022). Apakah mampu memoderasi promosi, kualitas produk dan inovasi terhadap keputusan pembelian? *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 153–168.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2020). Pengaruh sosial media marketing terhadap keputusan pembelian produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Ranjani, E., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Implementasi *digital* marketing sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), Oktober–November.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1–6.
- Setiani, T., & Andini, R. A. Q. (2023). Pengaruh rasio solvabilitas dan rasio aktivitas perusahaan terhadap rasio profitabilitas pada subsektor makanan dan minuman di BEI 2020–2023. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 68–81.
- Setiawati, D. N., & Sirait, T. (2024). Influence of social media marketing Instagram on purchase decisions of PT. Mepro's products. *Journal of World Science*, 3(7), 860–874.
- Stevi, S., & Artina, N. (2022). Pengaruh kesadaran merek, citra merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek pada Chang Tea Cabang PTC Mall Palembang. *FORBISWIRA: Forum Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 139–150.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N. T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The influence of social media marketing on cafe Yuma Bandung purchase decisions. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(3), 27–36.
- Sudirman, C. (2022). *Brand Marketing: The of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrianita, N., & Asnawi, M. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk pada CV. Syabani di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40.

- Tua, G. V. M., & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mesin pompa air submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140–154.
- Wahyuni, S., Akbar, A., Khaliq, A., & Akbar, A. (2023). Penerapan metode keanggotaan dalam pengembangan situs web pemasaran *digital* hasil laut Desa Secanggang. *Jurnal Internasional Ilmu Komputer dan Teknik Matematika*, 2(2), 116–117.
- Yusuf, A. M., Astuti, M., & Ariani, M. B. N. (2022). Pengaruh strategi bauran pemasaran *digital* terhadap kinerja pemasaran melalui penerapan customer relationship management pada UMKM 4.0 DKI Jakarta. *IJBTOB: Jurnal Internasional Bisnis, Teknologi, dan Perilaku Organisasi*, 2(4), 381–384.