

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K, N., & Sari, M, E. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aceh: Yayasan penerbit Muhammad zaini.
- Akbar, A. H. G., Rachmawati, I., & Prasetyo, A. The Influence of Social Media Marketing Instagram on Purchase Intention at Café Manupi.
- Alwan, M., & Alshurideh, M.T. (2022). The effect of *Digital Marketing* on purchase intention: Moderating effect of brand equity. *International Journal of Data and Network Science*.
- Angkie, N. S. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Equity Pada Brand Fashion Zara, H&M, Pull & Bear, Dan Stradivarius Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Ariesandy, P., & Zuliestiana, D. A. (2019). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Ladyfameshop. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Arif, M., Sunarto, N., & Handayani, T. (2024). Analysis of Marketing Strategies in Increasing the Competitiveness of MSMEs Assisted by PT. Pertamina Hulu Rokan: Case Study in Bintan. *Journal La Bisecoman*, 5(4), 562-576.
- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma*, July, 1–11. http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Az-Zahra Penny, & S. A. (2022). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi, Vol.6 No 3*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis.(2024). Kabupaten Bengkalis Dalam Angka. Bengkalis: BPS Kabupaten Bengkalis.
- Darmanah, G. (2019). Metodologi Penelitian. Lampung Selatan: CV Hera Tech.

- Dinas Komunikasi Informatika Dan Statistik Kabupaten Bengkalis. (2020).
Pesona Bengkalis. <https://pesonabengkalis.id/web/produk/minuman>
- Febriansyah, W., Yunita, R. M., & Nugraha, R. (2024). Effect of Social Media Marketing “Instagram” Towards Purchase Intention: Evidence From Plant-Based Milk Product “Oatside” in Indonesia. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 4(2), 670-686.
- Hadi, L., Astari, Y. D., & Triyono, W. (2025). Implementation of Cyber-Link Marketing Model for MSME Partners of PT. Pertamina Hulu Rokan (PHR). *ABEC Indonesia*, 129-134.
- Hanim, L., & MS. Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*.
- Hikmawati, F. (2020). Metodologi Penelitian. Depok: Rajawali Pers.
- Johan, J., Maradonald, M., & Mukyandi, M. R. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada@ Basoacicuankiaa Di Sepatan Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 01-06
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Kholis, A., Sulaiman, L., & Puddin, K. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*. Medan : Economic & Bussines Publishing.
- KOMDIGI. (2022). *TRANSFORMASI DIGITAL INDONESIA BERTEKNOLOGI METAVERSE DI KTT G20*. Komdigi.Go.Id
- Luhglatno., Sani, I., Zulkaranain, I., Sembiring, S, R, R., Samukroni, M, A., Maryeni, S., & Dkk. (2024). Perilaku Konsumen. Purbalingga: CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk “boci Baso Aci”(studi Kasus Pada Pt. Aa Mapan Perkasa Tahun 2020). *eProceedings of Applied Science*, 7(4).
- Musnaini., Suherman., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020) *Digital Marketing*. Purwokerto Selatan : CV. Pena Persada.

- NabilahJaya, A.R., Oktini, D.R., & Estri, S.A. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Make Over. Bandung Conference Series: Business and Management.
- Pemerintah Kabupaten Bengkalis. (2022). Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis. Satu Data Bengkalis. <https://satudata.bengkalis.go.id/caridetail/999c2a4e-2345-44cd-a7ee-8c1eea0b513a>
- Puryanti, A., Ernawati, S., & Julaiha, J. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Makanan Pada UMKM Kota Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*.
- Rahardjo, N. A. (2020). Pengaruh Brand Image Dan *Digital Marketing* Pt Prudential Life Assurance Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2), 20-20.
- Ramadhan, S. S., Hamid, F. Z., & Sofa, N. (2023). The Influence of Social Media Marketing and Online Customer Reviews on Instagram on Consumer's Interest in Buying Ichiban Sushi through the @ ichibansushi_id Account: Pengaruh Social Media Marketing dan Online Customer Review pada Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Ichiban Sushi Melalui Akun @ ichibansushi_id. *Jurnal Administrasi Profesional*, 4(1), 1-10.
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sarjana, S., Susandini, A., & Azmi, Z. (2021). Manajemen UMKM. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. <http://repository.usahid.ac.id/2296/1/22-11-77-EBOOK-ManajemenUMKM.pdf>
- Sefullah, E., Rohaeni, N., & Tabroni. (2022). Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Purbalingga : CV,. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Suharto, F.N., Sanosra, A., & Herlambang, T. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Minat Beli pada 3 Cafe di Kabupaten Jember. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*.
- Sutresna, A., & Munizu, M. (2024). *UMKM & Kewirausahaan (Panduan Praktis)* (Issue April).

- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Mosi, I. M. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 315-330.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh social media marketing pada instagram terhadap minat beli Chatime Indonesia. *Jurnal hospitality dan manajemen jasa*, 8(2).
- Vendri, I. S., Lita, R. P., & Verinita, V. (2023). The Influence of Social Media Marketing Activities on Brand Equity and Purchase Intention (Study of Silungkang Restaurant Instagram Followers). *Journal of Social Research*, 2(7), 2583-2597.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL (*Digital Marketing*) TERHADAP BRAND AWARENESS PADA E-COMMERCE. *Jurnal MANAJERIAL*.
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 14-24.
- Zulkarnaen. (2023). *Bengkalis EXPO 2023, Tingkatkan Potensi UMKM dan Ekonomi Kreatif*. Halloriau.Com