

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh promosi media sosial dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 1–15.
- Budiarti, R. H. S. (2023). Manajemen pemasaran global dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan keberhasilan bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416.
- Cahyani, G. A., & Budiyanto, S. M. (2022). *Strategi pemasaran dengan merekrut reseller untuk meningkatkan penjualan pada Toko Saras Hijab & Library di Kecamatan Weru Kabupaten Sukoharjo* (Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Dinarso, R. C., Nurhaliza, D. A., & Qomariah, N. (2024). The impact of social media marketing and brand awareness on purchasing decisions on cosmetic products. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 45–56.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis pengaruh promosi, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs ecommerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200–218.
- Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62.
- Fitricia, S. (2024). Strategi Pemasaran Digital UMKM di Era Disrupsi. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 9(1), 12–20.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovani, R. R., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian pada UMKM Jiksau Food. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 10–17.
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *Management Science Letters*, 12(2), 93–104.

- Haudi, Santamoko, R., Rachman, A., Surono, Y., Mappedeceng, R., Musnaini, & Wijoyo, H. (2022). The Effects of Social Media Marketing, Store Environment, Sales Promotion and Perceived Value on Consumer Purchase Decisions in Small Market. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 67–72.
- Juharsah, & Hartini. (2022). The Influence of Social Media Marketing on Purchase Decisions. *International Journal of Management and Education in Human Development*, 2(3), 573–577.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Mayasari, R., & Safina, L. (2021). Uji Linearitas pada Model Regresi. *Jurnal Ekonomi dan Statistik*, 5(2), 50–60.
- 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), 102–115.
- Mukti, N., & Aprianti, E. (2021). Strategi komunikasi pemasaran media sosial dalam keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(2), 120–132.
- Musa, T. A. P., Halid, A., & Adam, E. (2024). Pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk stik labu madu LabuQu. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 3(1), 33–42.
- Prabowo, H., Keke, D., & Istidjab, U. (2021). Strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan UMKM. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 33–45.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Riandika, Y., & Juhaeri, M. (2022). Analisis Multikolinearitas dalam Regresi Linear Berganda. *Jurnal Statistika Terapan*, 3(1), 15–25.
- Sinaga, A. N. A., Nasution, M. I. P., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM IntanCake's. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 65–75.
- Sugiyono. (2023). *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.

- Tia, A. (2023). Pengaruh promosi media sosial, word of mouth, dan reference group terhadap keputusan pembelian pada UMKM jajanan kuliner di Pelabuhan Kamal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 20–30.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Yusuf, M., Ernawati, E., & Dwi, S. (2021). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 44–55.