

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z. (2024). Efektivitas Kearsipan Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Administrasi Kelurahan Talang Semut Kecamatan Bukit Kecil Kota Palembang. *Administrative Reform*, 12.
- Akbar, M. N. Al, & Hadi, M. (2024). Pengaruh *Sosial Media Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2022/2023). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10.
- Alviyandi, M. R. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Shopee Di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Anastasya, A. (2025). *Tantangan dan Peluang UMKM di Era Digital, Apa yang Perlu Kita Ketahui?* UMKMINONESIA.ID. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tantangan-dan-peluang-umkm-di-era-digital-apa-yang-perlu-kita-ketahui>
- Antara. (2025). *Afirmasi Kebijakan Penghapusan Pajak Usaha Kecil Bagi UMKM*. Kementerian Umkm Republik Indonesia. <https://umkm.go.id/news/trujm0bu4rptb9nde9a8b09h>
- Arianto, B., & Rani. (2024). *Pemasaran Media Sosial*. Borneo Novelty Publishing.
- Arianto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Dewi, N. P. M. S., Kusumadewi, N. M. W., Pramudana, K., & Satria, A. (2026). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kesadaran Merek (Studi Pada Konsumen Tahoma Cafe & Eatery). *Journal of Economics and Business UBS*, 15(1), 47–59.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponogero.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business*. McGraw-Hill. https://books.google.co.id/books?id=8jRTUB0nI9IC&pg=PA1&hl=id&source=gb_s_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false

- Hakim, I. Al. (2024). *Analisis Strategi Bisnis Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Olahan Mie Instan (Studi Pada UMKM Miesiko Lhokseumawe)*. Universitas Malikussaleh.
- Hidayati, R. P. R. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi *Word of Mouth* Pada Lektang Gallery Malang. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(2).
- Ichsan, F., Respatiningsih, H., & Arini, A. (2025). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Progress: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 17–29.
<https://doi.org/10.47860/economicus.v15i1.231>
- Indonesia. (2008). *Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: JDIH BPK.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. DATAREPORTAL.
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kumala, D., Sunarsi, D., & Hasan, S. S. El. (2022). *Pengantar Bisnis* (M. Dewi (ed.)). Cipta Media Nusantara.
https://books.google.com/books/about/PENGANTAR_BISNIS.html?hl=id&id=v2lZEAAAQBAJ#v=onepage&q&f=false
- Kusumawardhani, T. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran , *Social Media Marketing* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Multimedia Dan Teknologi Informasi*, 05(02), 100–106.
- Laoli, V., Mendrofa, Z. A., & Mendrofa, S. B. T. (2025). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Brand Awareness Dan Loyalitas Konsumen. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–15.
- Maria, V., Hidayatullah, A. F., Putri, U. E. D. T., Sabilah, R., Mursidah, N. N., Ramadhany, L. P., & Syauqi, F. A. (2024). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Kota Serang. *Benefits: Journal of Economics and Tourism*, 1(1), 1–15.
<https://id.scribd.com/document/932969609/1-15-Pemanfaatan-Pemasaran->

Melalui-Media-Sosial-Terhadap-UMKM-di-Kota-Serang

- Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Maulana (ed.)). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Oktaviasih, L. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Perumahan Taman Arroyan Tangerang*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Parasari, N. S. M., Mandira, I. M. C., & Yanti, N. P. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sneakers Brand Lokal. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 61–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/jdeb.v21i1.4389>
- Puspita, I. R., Fadillah, A., & Taqyudin, Y. (2022). Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 2(1), 67–74. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358>
- Rahmasari, D. A., Sudarijati, & Silaningsih, E. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 154–164.
- Ramdan, M., Saputro, A. H., & Herlinawati, E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tragen Footwear Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2713–2722.
- Statistik, B. P. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>
- Sugiyono, P. D. (2022). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Wajdi, F., Seplyana, D., Juliastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., Rusmalinda, S., Kristiana, R., Niam, M. F., Purwanti, E. W., Melinasari, S., & Kusumaningrum, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (E. Damayanti (ed.)). Widina Media Utama.

Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. EUREKA MEDIA
AKSARA.

[https://www.researchgate.net/publication/382028391_PROSES_KEPUTUS
AN_PEMBELIAN_KONSUMEN](https://www.researchgate.net/publication/382028391_PROSES_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_KONSUMEN)