DAFTAR PUSTAKA

Agustiningsih, L. 2023. Pengaruh Promosi, Online Customer Review, dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan pada Layanan Shopee 1,2 Food di D.I Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis, Vol. 4, No*, 13–30.

Aida, T. 2025. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Donat Di Muun Donuts Kota Lhokseumawe.

Andriani, P., Heriyanto, M., Studi, P., Bisnis, A., & Riau, U. 2024. Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Rotte* Bakery Cabang Delima. *5*(1), 318–329.

Aulia, D. B. G., Gaol, I. N. L., & Sayyidina. 2025. Analisis Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM di Sumstera Utara. *Journal of Citizen Research and Development, Vol. 2 No.*

Devi, alia C., & Fadli, U. M. 2023. Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research (JSR), Vol.1, No.*, 113–123.

Ebrahim, R. S. 2020. *The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty*. Tandfolnine.Com. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15332667.2019.1705742?scroll=top&needAccess=true

Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. 2022. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Mahasiswa Entrepreneur *(JME), Vol. 1, No*, 256–271.

Fitriani, T. N., Kurniawan, B., & Goeltom, H. C. 2023. Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi *(Jebma), 3, No*.

Ghozali, I. 2021. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halawa, H. M., Sugiharto, B., & Bangun, N. B. 2025. *Economics and Digital Business Review* Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Dengan Brand Sebagai Variabel Intervening Pada Raihan Bakery Medan. *6*(2), 1033–1048.

Herlina, R., & Simabur, L. A. 2025. *Barakati : Journal of Community Service Strategi Digital Marketing untuk Umkm : Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Efektif Barakati : Journal of Community Service*. *03*(c), 49–57.

Indartini, M., & Mutmainah. 2024. *Analisis Data Kuantitatif uji instrumen, uji asumsi klasik, korelasi dan linier berganda*. Lakeisha.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management.*

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.

Laksono, A. W. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu Di Kota Malang. *Journal of Management Research, Volume I,*.

Medan, pemerintah kota. 2023. *Di Bawah Kepemimpinan Bobby Nasution, Sudah 1.875 Pelaku UMKM Dibina*. Portal.Medan.Go.Id.

Nihayah, N., & Rosyidi, S. 2024. Peran Gaya Hidup, Keragaman Produk, Penetapan Harga, Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas YPPI Rembang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, *Vol 7 No 1*.

Ramadhan, W., & Muhammad, B. 2024. *Pengaruh Keragaman Produk, Suasana Toko, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Banana Bread And Cakes Di Kabupaten Kebumen*. *6*(2), 278–287.

Saputra, A. A., & Hamdun, E. K. 2023. Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Arum Mlandingan Situbondo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, *2*(8), 1879–1894.

Sari, R., & Heryenzus. (n.d.). 2023. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ramayana Panbil Kota Batam. *Volume 60*.

Satria, E. 2023. Keputusan Pembelian Yang Ditinjau Dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau). *E-Journal Al Dzahab*, *Volume 4 N*, Hal. 92-102.

Wijaya, V., & Keni, K. 2022. Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Produk Skincare Dengan Brand Trust Dan Brand Attitude Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *Vol. 6*, *No*, 274–287.