DAFTAR PUSTAKA

Ade Arif Budiman, M., & Taufik Hidayah, R. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN E-COMMERCE

Ameliany, N., Pd, S., & Si, M. (2018). Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelangganpada Grapari Telkomsel Kota Lhokseumawe. *JURNAL NEGOTIUM*, *1*(1).

Ameliany, N., Ritonga, N., & Nisak, H. (2022). STRATEGI PEMASARAN BUDIDAYA IKAN LELE PADA UD KARYA TANI DI KOTA LHOKSUEMAWE. *Jesya*, *5*(2), 1527–1534. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.709

LAZADA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *7*(3), 2023. https://databoks.katadata.co.id/2022

Agustarinda, B., & Pertiwi, S. (2021). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS LOKAL KERJODALU Raya

Sulistyowati 2). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *9*.

Billy Surya Hanjaya, Bayu Setyo Budihardjo, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023).

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, *1*(3), 54–72. https://doi.org/10.54066/jrime- itb.v1i3.271

Bunga Nurul Qalbi, Abdi Akbar Idris, & Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin. (2024). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Platform Tiktok Shop. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, *3*(2), 406–417. https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2391

Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi

Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, *7*(1), 778– 789. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412

Dave Chaffey. (2015). *Digital Marketing*.

Didin Hadi Saputraan Mataram, Dian Utami Sutiksno, Aditya Halim Perdana Kusuma, & Romindo Romindo. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.

Diovera Niel, E., Chaerul Rizky, M., Lulu Habibah, M., & Nugraha, F. (2025). Pengaruh Pengunaan Instagram Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Kuliner di Kota Medan. *Economics and Digital Business Review*, *6*(2), 1315–1321. https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2749 *Dirgantara*, *16*(1), 89–102. https://doi.org/10.56521/manajemendirgantara.v16i1.866

John W. Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.

Juwanda Saputra. (2025). *UMKM Aceh Tumbuh Pesat, Pemerintah Dorong Pelaku Usaha Mikro Naik Kelas dan Go Digital Salinan ini telah tayang di https://www.inisiatif.co*. Inisiatif.Co.

Kelvin Bayu Aji, Bernadin Dwi, & Heni Nastiti. (2021). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood Di Kecamatan Kebon Jeruk. *JOURNALOF SUSTAINABLE COMMUNITY DEVELOPMENT*.

Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, & Joseph Wisenbli. (2010). *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall.

Made, N., Dewi, P., Imbayani, G. A., & Ribek, P. K. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI E-WORD OF MOUTH PADA GIVANDA STORE DENPASAR. *Jurnal Emas*. www.validnews.id,

Nurita Elvira, N Susanti, & A Rasyid. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Kuliner UMKM. *Multiverse: Open Multidisciplinary Journal*.

Nanda Pratiwi, A. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR TRAIL DI CV. GREENTECH KAWASAKI CABANG BANGUN JAYA. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *04*(02).

Ngadimen, A. N., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh social media marketing, online customer review, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di masa pandemi Covid-19 dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, *1*(2), 122– 34. https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134

Ovirya, N., & Saputri, M. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Customer Online Review terhadap Keputusan Pembelian Somethinc. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1049–1054. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.666

Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran Kotler & Keller*.

Puspitasari, G. A., Putri, S. W., & Aditasari, K. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Brand Awareness, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Umkm Omah Bouquet Kota Blitar). *EProceeding of Management*, *12*(6), 7101.

Rimbasari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFORM TIKTOK. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *6*(2), 457. https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susan Gunelius. (2011). *30 Minutes Social Media Marketing : Step-step Techniques to Spread word*. Mc Grow Hills.

Tracy L Tuten, & Michael R Salomon. (2017). *Social Media Marketing*. SAGE.

Zulfiqar Ravi Rahman, & Muzakar Isa. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN PADA DESTINASI KULINER HALAL DI SOLO RAYA. *Jurnal Manajemen*