

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chakti, A. G. (2019). *The book of digital marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Enas, A., R. S., Irma, D. B., & Asep, B. T. (2025). *Manajemen kreativitas dan keinovasian*. Cipta Media Nusantara.
- Gunistio, et al. (2023). *Strategi pemasaran*. Tegal: PT Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi revisi). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasniaty, et al. (2023). *Social media marketing*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriantoro. N. dan Supomo. B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi dengan BPFE. Kota Semarang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Marlina, N. (2022). *Manajemen pemasaran*. Bantul: Bening Pustaka.
- Nugroho, D. A., et al. (2023). *Dasar-dasar digital marketing: Teknologi, media sosial, dan strategi*. Malang: UB Press.
- Nursaimatussaddiya, et al. (2022). *Keputusan pemilihan jasa berbasis citra merek dan keputusan pembelian*. Medan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ompusunggu, V. M., et al. (2022). *Strategi pemasaran*. Kota Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Poltak, H., et al. (2021). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Kota Bandung: Media Sains Indonesia.
- Reken, F., et al. (2024). *Pengantar ilmu manajemen pemasaran*. Padang: CV Gita Lentera.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi kedua). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023a). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2023b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi terbaru). Bandung: Alfabeta.
- Syarifudin. (2019). *Citra merek dan dampaknya pada loyalitas pelanggan*. Sulawesi: Unimal Press.
- Terry, G. R. (2023). *Teori manajemen*. Kota Baru: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.
- Wardhana, A. (2024). *Brand management in the digital era*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wulandari, A., et al. (2024). *Keputusan pembelian konsumen*. Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.
- Wardhana, A., dkk. (2024). *Buku Ajar Perilaku Konsumen Perspektif Pemasaran Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Artikel:

- Agung Satria Sanjaya 2020. Pengaruh Dimensi *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Climattethirty. Volume 5 (4) https://web.archive.org/web/20211203125613id_/https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/1780/1419/
- Ananda, N. A., & Ghulam, R. A. 2025. PENGARUH CITRA MEREK DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIRUP MARKISA FLORA KABUPATEN GOWA: Indonesia. *BJRM (Bongaya Journal For Research in Management)*, 8(2), 12-18. <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/BJRM/article/view/693>
- Affandi, M. N., & Susanti, R. 2025. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Jenang Krasikan Bunga Kamboja Sukoharjo. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 516-527. <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/1000/337>
- Awaliyah Adh Dhuha (2023). Pengaruh Citra Merek, *Social Media Marketing* dan Word of Moutn terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia Cabang Fatmawati Semarang <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2019/B.131.19.0133/B.131.19.0133-15-File-Komplit-20230827093400.pdf>
- Anamaya Kinabulan Prasetyamurti. 2024. Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform Kecipir.com, Tangerang Selatan. Skripsi Pada Program Studi Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Brawijaya. Tidak diterbitkan <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/219860/>
- Bismala, L. (2014). Analisis strategi pemasaran pada UMKM di Sumatera Utara untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembangunan Perkotaan*, 2(2), 126-134

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38562185/Volume_2_No.2_JPP_2014-libre.pdf?1440478292=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DANALISIS_STRATEGI_PEMASARAN_PADA_UMKM_DI.pdf&Expires=1766729580&Signature=TlrBnIzY3FXhYvZeT0IL~3Ln7RIU8pRWBQHxgNZO4Rayf7ocz-xwYr6Tm3gtcGrBOzaQ6aCcU37zo~T8gZmUd4pQSxLI5LBfEe3ucCk0wVhtVSr4~S1~x-XBRI5i-tpWrcY0hfbnF~h1Ly8k3KcgkS~B2kqU-Elt6H1FkU6dGMGNvbLRVunmwlpdqjtEEbJq7CQhqM19QBtA-Hkr3AuSrv9EL0VergF961FzLY0zeVmnQ7cZRAY6OQHeGdHVR9rCCSYkyNlCmfyznPfeJTpkyngG9YdiqdyJY21yCxq0GrE7KWkhGdvwLhDIIOsYaZoBMLfR9A~N6GKh2fiONxRUg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Cakra Gumilar, D. Perlindungan Hukum Terhadap Indikasi Geografis Galendo Sebagai Makanan Khas Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*. <https://doi.org/10.25157/JUSTISI.V10I2.8491>
https://www.academia.edu/98229145/Perlindungan_Hukum_Terhadap_Indikasi_Geografis_Galendo_Sebagai_Makanan_Khas_Kabupaten_Ciamis
- Dewi, S. N., Riyadi, J. S., & Haryanto, A. T. 2020. Dimensi *social media marketing* dalam meningkatkan keputusan pembelian produk UMKM di wilayah Boyolali dengan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi. *ProBank*, 5 (1), 36-44. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/view/566>
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi E-Word of Mouth pada Givanda Store Denpasar. *Values*, 2(3), 664-675. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/3037/2377>
- Fadhillah, F., dkk. (2024). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *E-Commerce*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1). <https://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/download/17263/11642/30030>
- Gumilar, D. C., Rusydi, I., & Lestari, M. B. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Kekayaan Intelektual Untuk Peningkatan Kesejahteraan Pelaku UMKM Galendo di Kabupaten Ciamis. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1723-1737 <https://jurnal.unigal.ac.id/abdimasgaluh/article/view/15523>
- Henni Aprilia Sari. 2018 Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram terhadap Respon Konsumen di Bandar Lampung <https://digilib.unila.ac.id/29928/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. 2023. Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92-101. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3511904&va>

[l=30744&title=PENGARUH%20SOCIAL%20MEDIA%20MARKETING%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20KONSUMEN%20PADA%20UMKM](#)

- Handayani, S., Feranita, N. V., & Dwimahendrawan, A. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 8(1), 19-28. https://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/download/8558/4365
- Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. <http://repository.kalbis.ac.id/bitstream/123456789/700/1/JRMB%20Vol%203%20No%201%20Feb%202018.pdf>
- Journal Untar. (2026). Dampak Media Sosial, Endorser Selebriti, dan E-WOM terhadap Minat Beli Produk UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (JMDK)*, Januari 2026. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/36890>
- Kristiawan, A., & Keni. (2020). Pengaruh *social media marketing* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnisan*, artikel 163. <https://bisnisan.nusaputra.ac.id/article/download/163/92>
- Kader, M. A., Prawiranegara, B., Setiawan, R. A. P., Shelyanti, A., & Pratama, M. B. Y. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Literasi Digital dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Volume Penjualan. *Journal of Community Development*, 5(2), 349-362. <https://comdev.pubmedia.id/index.php/comdev/article/view/242>
- Mochammad Jasin. 2022. *The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention of SMEs Product*. Vol. 01 No.04 Agustus 2022. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64624/1/Jurnal_The%20Role%20of%20Social%20Media%20Marketing%20and%20Electronic%20Word%20of%20Mouth%20on%20Brand%20Image%20and%20Purchase%20Intention%20of%20SMEs%20Product.pdf
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Mataharimall. Com. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 53-61. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/227>
- Maulida, S. R., & Yuana, P. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Celebrity Endorser* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2). <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.2.04>
- Nurdiyanto, A. D., & Ristanto, H. (2023, December). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk

- UMKM di Kabupaten Kendal. In *E-Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)* (Vol. 3, No. 1, pp. 37-45).
<https://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/view/67>
- Nurfua'dah, A., Mulyana, A., & Mumtahaen, I. (2025). Analisis Dampak Kepemilikan Label Halal Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Galendo di Kabupaten Ciamis. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6220-6228.
<http://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/1596>
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119-127.
<https://ojs.unigal.ac.id/index.php/jmt/article/download/2669/2025/9080>
- Nurhayaty, M. (2025). ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN SENTRA IKM GALENDO SEBAGAI PRODUK KHAS DAERAH KABUPATEN CIAMIS: ANALISIS KELAYAKAN PEMBANGUNAN SENTRA IKM GALENDO SEBAGAI PRODUK KHAS DAERAH KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Media Teknologi*, 12(1), 144-150.
<https://ojs.unigal.ac.id/index.php/jmt/article/download/5357/3259/18664>
- Nurlaila, L., Febrian, M. E., Agustian, M. H., Ramdhan, M. L., Fahira, N. Z., Paujiah, N. N., & Wardiah, M. L. (2024). Perkembangan Umkm Di Provinsi Jawa Barat Pada Tahun 2020-2022 Dengan Pendekatan Statistik Deskriptif. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(2), 1339-1346.
<https://melatijournal.com/index.php/jisma/en/article/download/550/492/1285>
- Oktadiani, O. D., & Laily, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Fast Fashion Uniqlo Di Tunjungan Plaza Mall. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(1).
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/2736/2746>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
https://contribution.usercontent.google.com/download?c=CgxiYXJkX3N0b3JhZ2USTxIMcmVxdWVzdF9kYXRhGj8KMGI1N2Q4MGIwMDY3NDRmNGMwMDA2NGY3Y2RhYWU1ZDE1MDY2YzRmYjU2NTM3MmM3MhILEgcQk_CCtN0NGAE&filename=adminjye,%2BPENGARUH%2BCITRA%2BMERЕК,%2BKUALITAS%2BPRODUK,%2BDAN%2BHARGA%2BTERHADAP%2BKEPUTUSAN%2BPEMBELIAN%2BSMARTPHONE%2BSAMSUNG%2BDI%2BKOTA%2BJAKARTA%2BTIMUR.pdf&opi=103135050

- Pendada, A. P. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Dan Keputusan pembelian Kendaraan Listrik Uwinfly Di Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas). <https://eprints.perbanas.ac.id/12798/44/BAB%20II.pdf>
- Purbasari, R., Chandra, W., Rahayu, N., & Maulina, E. (2018). Pemetaan UMKM Industri Kreatif di Wilayah Priangan Timur: Identifikasi Keunggulan Daya Saing Lokal. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-11. <https://jurnal.unpad.ac.id/adbispreneur/article/viewFile/16083/8618>
- Purba, S., Revida, E., Parinduri, L., Purba, B., Muliana, Purba, P. B., Tasnim, Tahulending, P. S., Simarmata, H. M. P., Prasetya, A. B., Sherly, & Leuwol, N. V. (2020). Perilaku Organisasi. Yayasan Kita Menulis. <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimat/article/download/597/439>
- Riyanto, F. D., & Erlando, A. (2022). Model pengembangan UMKM provinsi Jawa Barat: strategi mendorong pertumbuhan dan pemerataan ekonomi. <https://repository.uin-malang.ac.id/14651/3/14651.pdf>
- Riskitasari, D. R., & Sardanto, R. 2023. ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, TINGKAT KUALITAS PRODUK, DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA UMKM NIKY COKLAT. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 2, 693-701. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3239/2528>
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J. Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17. https://web.archive.org/web/20210813192843id_/http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/jadbis/article/download/4686/pdf
- Sephia Herliana Muchtar, Sulistiono, Ade Mulyana. 2024. Penerapan *Social Media Marketing* Pada Kinasih Resort & Conference Bogor. Dalam jurnal aplikasi bisnis kesatuan. Vol. 4 (2) <https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jabkes/article/download/1916/1949/9773>
- Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/download/43120/20653>
- Sri Nur Fahmi. et. al., 2022. Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Yang Dimoderasi Oleh *Website Quality*. Bandung *Conference Series: Business and Management* Volume 2, No. 1, Tahun 2022, Hal: 792-796 <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3061471&val=27844&title=Analisis%20Pengaruh%20Social%20Media%20Marketing>

%20terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Secara%20Online%20yang%20Dimoderasi%20Oleh%20Website%20Quality

- Suci Fika Widyana dan Nabila Kintani Putri. 2022. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* ISSN : 2087-3077 Volume 12, Nomor 2, September 2022. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/download/2576/1027/4936>
- Sari, D. R. J., & Nurhayaty, M. (2024). PENERAPAN GO DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA UMKM GALENDO (Studi Kasus di PD Rasa Galendo Kelurahan Cigembor Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *Jurnal Media Teknologi*, 11(1), 11-17. <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/jmt/article/download/4224/2709/14712>
- Sanjaya, F. A. (2022). Pengaruh social media marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian yang dimediasi *electronic word of mouth* (Studi kasus: Konsumen Kedai Ikhtiar Banjarbaru). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 120-135. <https://ejurnal.stimi-bjm.ac.id/index.php/JRIMK/article/view/354>
- 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. <https://share.google/y1D0h14CG8AJTjEWc>
- Tim Musytari. (2024). Pengaruh social media marketing dan citra merek terhadap minat beli lip cream Wardah pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Uniska Kediri. *Musytari Neraca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 2(2), 123-135. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/5880>
- Trully Ananda Putri Mulyadi dan Zulganef Zulganef. 2025. *The Effect of Social Media Marketing on Purchase Intention Through Brand Image and Brand Trust as Mediating Variables in Local Bandung Clothing*. Vol. 7, No. 1, September 2025. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/6330/3128>
- Wijaya, N. S., & Anggraini, D. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Economics Research*, 3(1), 26-34. <http://journal.grahamitra.id/index.php/jomer/article/download/188/298>
- Yulia, A., Rusydi, I., & Gumilar, D. C. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Indikasi Geografis Galendo Sebagai Makanan Khas Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 10(2), 196-214. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/99637934/pdf-libre.pdf?1678381810=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPerlindungan_Hukum_Terhadap_Indikasi_Geo.pdf&Expires=1766730040&Signature=JTp763ZuhD~rS4RwS4N6YHtJ04Kd6866AyCcbpMj1CZXASlrGWntaMvPF7BdFUy1hfmTXx

V49ayi-
Pif~OiT7RYo8Nw1AJ4dZGOcicsXX5XUEarzeCh5keYsttyuDOP7s456tu
7AbDdHs5FbeKROo-C7hgW95Ott46ew-
MAjmaECxS2w0V2gLNvntOXB3jhpCJWe2KPg6wTRr4-wUzkfSgL-
TzT4586~hI~nCptjCGzDTFTmH9NjyUrcGGTwzp0jynP1HwS7D0nGGr
U-
~upYR42Fn5xpTr6voGtCmFOnH3ZYCcfDtQSIuLi67NJhgBpxckvFbaJm
kVKZF0Vm05Hmg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Zahroh, S. A. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
(Doctoral dissertation, UNUSIA).
[https://repository.unusia.ac.id/id/eprint/251/1/Sucita%20Aulia%20Zahroh-
19160042.pdf](https://repository.unusia.ac.id/id/eprint/251/1/Sucita%20Aulia%20Zahroh-19160042.pdf)