

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Malang: AE Publishing.
- Anastasya, A. (2023). Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia.
- Anisa Putri, G., Ayu Nofirda, F., Iskandar Siregar, D., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1).
- Anuang, P. W., Dyah, P., & Korry, P. (2020). Pengaruh Adopsi Teknologi dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Niluh Djelantik). In *TIERS Information Technology Journal* (Vol. 1). Retrieved from <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers/index>
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax The effect of social media marketing and e-wom on interest to buy geoffmax products. In *AKUNTABEL* (Vol. 18). Retrieved from <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Ariesandy, P., & Amanda Zuliestiana, D. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minagt Beli Konsumen Ladyfameshop The Influence Of Social Media Marketing Via Instagram On Purchase Intention Of Ladyfameshop Costumers*.
- Asi, K. J. M., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak : The Influece Of Social Media Marketing and Brand Image On Customer Purchase Interest in Bukalapak Application*. Retrieved from www.suara.com
- Astuti, M., & Madontang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMKM dan Digital Sosial Media*. Sleman: Deepublish.
- Astuti Miguna, & Amanda A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Aulia, N. R., & Barkah, C. S. (2023). The Influence Of Social Media Marketing Instagram on Interest in Buying Books at Gramedia. *Com*.

- EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 12.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1>
- BPS Jawa Barat. (2023). Jumlah Usaha Mikro dan Kecil Menurut Kabupaten Kota dan Bentuk Badan Usaha/Badan Hukum/Perijinan (Unit), 2020-2022.
- Cholik, C. A. (2021). *Dalam Berbagai Bidang* (Vol. 2).
- Darna, N., Mulyatini, N., Setiawan, I., Budianto, A., & Sukomo. (2023). *Bahan Ajar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublisher Publisher.
- Dewi, H. N., Sukartiko, A. C., & Pamungkas, A. P. (2017). Consumer Behavior in Their Buying Decision Process of Agro-Geographical Indication Products in Yogyakarta. *Agroindustrial Journal*, 4(1), 203.
<https://doi.org/10.22146/aij.v4i1.27396>
- Febriyanti, F., & Imami, A. I. (2021). Analisis Self-Regulated Learning dalam Pembelajaran Matematika Pada Siswa SMP. *Jurnal Ilmiah Soulmath : Jurnal Edukasi Pendidikan Matematika*, 9(1), 1–10.
<https://doi.org/10.25139/smj.v9i1.3300>
- Fitria, I. J., & Qurohman, T. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Oppo. In *Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 18).
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: MC Graw Hill.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., ... Permana, A. A. (2023). *Social Media Marketing* (D. P. Sari, Ed.). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hendarsyah, D. (2020). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.209>
- Hidayat, I. (2019). Tantangan Masyarakat di Era Disrupsi.
- Igid, A. (2023). Produksi Kopi Indonesia 2017-2023.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iskev, M. (2023). HubSpot's 2023 Social Media Marketing Report.
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), Inpress. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>

- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kotler. (2012). *Manajemen Edisi Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kull, A. J., & Heath, T. B. (2016). You decide, we donate: Strengthening consumer–brand relationships through digitally co-created social responsibility. *International Journal of Research in Marketing*, 33(1), 78–92. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.04.005>
- Maulana, A., & Mulyana, D. M. (2020). *Analisis Pengaruh Public Relation dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Pada Produk Starbucks di Kota Bogor*.
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Novitasari, E. (2020). *Dasa-dasar Ilmu Manajemen : Pengantar Menguasai Ilmu Manajemen*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Putri, A. M. H. (2023). Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi “Tameng” Resesi?
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Loket.com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9. Retrieved from www.jawapos.com
- Safitri, D. A., & Rachmi, A. (2023). Pengaruh Harga dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada ZEESHOP.OS Di Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, (9).
- Sahabuddin, R., Maulana Arif, H., Dg Manai, S., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Buying Interest of Wizzmie Consumers in Makassar City. *Jurnal Ilmiah*

Manajemen Dan Bisnis (JIMBI), 4(2), 230–237.
<https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>

- Setiawan, A., Septia Putri, Y., Sari, S. G., Utami, A., Khotimah, N. K., Islam, U., ... Islam, B. (2020). The Effect Of Discounts, Electronic, Word Of Mouth (EWOM) and Price Towards Interest In Buying In E-Commerce. In *Journal of Islamic Economic Scholar* (Vol. 1).
- Setiawan, B. (2015). *Peluang Usaha Budidaya Jahe*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Banyumas: Pena Persada.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (23rd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial* (Eko Nur Syahputro, Ed.). Gresik: Caremedia Communication.
- Trihastuti, E. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widodo, T., & Utami, N. K. W. (2021). Repurchase Intentions on Zalora Indonesia: The Role of Trust, E-Commerce, and Product Evaluation. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS*, 8(2), 339–351.
<https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.899>
- Zinurossaalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi* (Hamdan, Ed.). Lombok Tengah: FP. Aswaja.