

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Fajar, *UMKM & Globalisasi Ekonomi*, Yogyakarta: Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M), 2015.
- [2] S. N. Sarfiah, H. E. Atmaja and D. M. Verawti, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, vol. 4, no. 1, pp. 137-146, 2019.
- [3] "Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan," pp. 1-198, 2020.
- [4] B. d. M. Kotler, "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen," *Psikoborneo*, vol. 8, no. 1, pp. 150-151, 2020.
- [5] D. J. Hermawan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online," *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, p. 103, 2021.
- [6] Instagram, "Bangun Bisnis Anda di Instagram," Diperoleh dari https://business.instagram.com/advertising?locale=id_ID, 2021.
- [7] V. Larasati and O. Elsie, "Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah," *Jurnal Administrasi Kantor*, vol. 7, no. 1, pp. 31-40, 2019.
- [8] Z. U. Fifi, S. Ace and W. Aniek, "Pengaruh Penggunaan Promosi Media Sosial dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Cafe Hazkey," *JBES: Journal of Business Education and Social*, vol. 2, no. 2, pp. 36-49, 2021.
- [9] R. Z. Aurelia Salsabila Putri, "Analisis pemetaan e-commerce terbesar di Indonesia berdasar model kekuatan ekonomi," *Jurnal Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2020*, pp. 8-14, 2020.
- [10] E. R. T. Nursalim and T. Wiradinata, "Analisis Jalur Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Desain Website Terhadap Minat Beli Ulang, Dengan E-commerce Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Produk E'Chick Secara Online," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 22-32, 2016.
- [11] D. Prihadi and A. D. Susilawati, "Pengaruh Kemampuan E-Commerce dan Promosi di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran," *Jurnal Manajemen dan*

- Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 15-20, 2018.
- [12] G. C. Tangka, H. N. Tawas and L. O. H. Dotulong, "Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018," *Jurnal EMBA*, vol. 10, no. 1, pp. 383-392, 2022.
- [13] H. R. Yuniyanto and H. Sirine, "Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition Sebagai Variabel Intervening," *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 8, no. 1, 2018.
- [14] C. Raheni, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa," *Jurnal Sinar Manajemen*, vol. 5, no. 2, pp. 82-85, 2018.
- [15] Faisal and Indra, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sayuran di Kota Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, vol. 5, no. 4, pp. 63-71, 2020.
- [16] D. Anggreani, A. Samad and A. F. Sonni, "Pengaruh Iklan dan Program Acara Terhadap Perilaku dan Minat Beli Pendengar Radio Venus," *Journal of Social, Science, and Engineering*, vol. 1, no. 1, pp. 10-16, 2022.
- [17] E. Hartawan, M. R. Handoko, G. Evan and H. Widjojo, "Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce," *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, vol. 8, no. 1, pp. 217-228, 2021.
- [18] Rizal, Achmad;, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- [19] H. N. Warasto, "Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Jakarta Timur)," *Jurnal ilmiah semarak*, vol. 1, no. 1, pp. 1-12, 2018.
- [20] M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya : Unitomo Press, 2019.
- [21] R. S. d. M. W. Azizi, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Ponogoro: Myria Publisher, 2020.
- [22] Priansa, Donny Juni;, *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*,

- Bandung: Pustaka Setia, 2017.
- [23] Arianty, Nel; Andriany, Dewi; Jasin, Hanifah;, Manejemen Pemasaran, Medan: Perdana Publishing, 2015.
- [24] C. S. Putri, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli," *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, vol. 1, no. 5, pp. 594-603, 2016.
- [25] Ferdinand, Manajemen Pemasaran Edisi Pertama Jilid 1, Jakarta : Erlangga, 2002.
- [26] K. Philip and Keller, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi, Jakarta, 2007.
- [27] A. Maunaza, "Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Maskapai Penerbangan Lion Air sebagai Low Cost Carrier)," *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga*, 2012.
- [28] Surokim, Internet, Media Sosial dan Perubahan Sosial di Madura. Buku Seri Pengabdian Masyarakat 1, Korwil Jawa Timur: Prodi Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura, 2017.
- [29] D. Evans and J. McKee, Sosial Media Marketing The Next Generation of Business Engagement, Canada: Wiley Publishing, Inc, 2010.
- [30] A. Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia," *Jurnal Publiciana*, pp. 140-157, 2017.
- [31] E. D. S. Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communication and Social Media)," *Jurnal The Messenger*, vol. 3, no. 1, pp. 69-75, 2011.
- [32] E. Triastuti, Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja, Jakarta: Puskakom, 2017.
- [33] A. Meier and H. Stromer, E-Business and E-Commerce. Managing the Digital Value Chain, Switzerland: Springer, 2009.
- [34] G. Anggaranie, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce," *Jurnal Supply Chain Indonesia*, vol. 1, no. 2, pp. 1-4, 2017.
- [35] Hamdan, Y. Sudodo and P. R. Kemalasar, "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM (Studi Kasus

- Pada UD. Riski Desa Penyarang)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa*, 2018.
- [36] Achmad, "Pengaruh Pengguna E-Commerce Terhadap Transaksi Online Menggunakan Konfirmasi Faktor Analisis," *Faktor Exacta*, vol. 11, no. 1, pp. 7-16, 2018.
- [37] A. Solihin, D. Z. Azhar and V. F. Sanjaya, "Pengaruh Iklan Dengan Jasa Endorsment Untuk Meningkatkan Minat Beli Masyarakat," *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, vol. 3, no. 1, pp. 15-21, 2022.
- [38] S. A. Lestiono and D. A. Chandraningrum, "Pengaruh Efektivitas Iklan Burgushi Melalui Instagram Ads Terhadap Minat Beli Generasi Milenial," *Jurnal Prologia*, vol. 6, no. 1, pp. 80-86, 2022.
- [39] K. S. Halim and P. W. Sari, "Pengaruh Iklan Scarlett Whitening di Aplikasi Tiktok terhadap Brand Awareness Generasi Z," *Jurnal Prologia*, vol. 6, no. 1, pp. 6-11, 2022.
- [40] G. K. S. Bakshi Gaurav, "Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli," *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, vol. 5, p. 149, 2020.
- [41] H. Mulia, "Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada CV Cemilan Kunik Garut," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. 7, no. 2, pp. 29-37, 2020.
- [42] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [43] B. Y. Prashandyawan, A. A. Hetami and A. W. Arsyad, "Pengaruh E-Commerce Tokopedia.com Terhadap Minat Beli Pakaian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman.," *eJurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 7, no. 4, pp. 267-279, 2019.
- [44] S. Suprardi and Surahman, *Metodologi Penelitian*, Jakarta Timur: CV Tranship Media, 2014.
- [45] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS*, Semarang: Undip, 2011.