

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi “Digital Ecclesiology.” *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Alverina, D., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 113–112. <https://doi.org/10.37817/ikraithekonomika.v6i2.2342>
- Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 14–26.
- Amrita Widya. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 1–12. <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1361>
- Arianzah, A. T., Indriani, W., Listyaningsih, E., Mufahamah, E., & Harun, H. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Di Kabupaten Lampung Barat) Ahmad. *Jurnal Jejama Manajemen Malahayati*, 19, 82–95.
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (n.d.). *Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online*.
- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i2.2557>
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 6(1), 2022. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v6i1.582>
- Bisnisman, J., & Februari-Mei, ; (n.d.). *Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat* (Vol. 5, Issue 1). <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Budiman, O. N., & Hidayah, N. (2021). Pengaruh Dukungan Sosial, Basis Pengetahuan Dan Orientasi Pribadi Terhadap Keberhasilan Wanita Wirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 426. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11889>
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran%20dan%20kepuasan%20pelanggan*. 1–116.

- Elian Tania, A., Lokasi dan Harga, P., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (n.d.). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Fachri Husaini, Tri Indah Fadhila Rahma, & Reni Ria Armayani Hasibuan. (2023). Pengaruh Location Store, Testimoni dan Tagline Terhadap Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar). *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 152–171.
<https://doi.org/10.55606/optimal.v3i2.1410>
- Fadila, I. L., Elin, E., Nestiti, I. L., & Maulana, A. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Strategis Umkm. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 6(1), 78–85.
- Fristy, P. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Pt. Ori. *Juripol*, 4(2), 240–244.
<https://doi.org/10.33395/juripol.v4i2.11140>
- Fronika, W. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. *Fak. Ilmu Pendidik. Univ. Negeri Padang.*, 1–15. <https://osf.io/g8cv2/download>
- Hermawaty, J., Binangkit, I. D., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Sosiall Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Penjualan Produk Ketan Talam Durian Pada Rumah Kue Viera. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(3), 300–313.
- Hikmah, J. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673.
<https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Ikfa Ni'matul Chusna Ningtias, Hermin Istiasih, S. D. (2024). *Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare the Originote Di Kota Kediri*. 134–143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Erlangga.
- Kurniawati, D. (2023). Inovasi produk TOGA Immunomodulator dan budidayanya. In M. Nasrudin (Ed.), *Indonesia Berdaya* (1st ed., Vol. 4, Issue 2). PT Nasya Expanding Management. <https://doi.org/10.47679/ib.2023472>
- Lailah, F. A., & Soehari, T. D. (2020). The Effect Of Innovation, Information Technology, And Entrepreneurial Orientation On Business Performance. *Akademika*, 9(02), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>
- Lestari, N. I., & Iswati, H. (2021). The Effect Of SMEs Product Quality And Social Media On Repurchase Interest With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Kurs :Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6(1), 24–40.
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- Manajerial, J., Kewirausahaan, D., Lorensa, E., & Hidayah, N. (n.d.). *Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion*. www.djkn.kemenkeu.go.id,
- Mayasari, S., & Safina, wan dian. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Metris, D., Rasyiddin, A., Siahaan, F. S., Aulia, K. R., & Faatihah, A. R. (2025). Inovasi, Teknologi, dan Kepuasan Pelanggan: Kunci Keberhasilan UMKM di

- Pasar yang Kompetitif. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 8(1), 80–102.
- Mujayana, M., & Santoso, R. (2022). Media Komunikasi Pemasaran Digital Marketing Produk Umkm Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(1), 17–30.
- Mursito, H. (2019). Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Ukm (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 41. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p41-47.3949>
- Novita Sari, G., Shobirin, K., Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, U., & Barat, S. (n.d.). *Mabis: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Pengaruh Inovasi dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan UMKM Kue Kering dengan Strategi Diversifikasi Sebagai Variabel Intervening*.
- Putri, S. Y., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen-Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 496–506. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3706>
- Rambe, P. Y., Parlaungan, A., & Pitriyani, P. (2025). Dampak Persepsi Nilai, Merek, Store Atmosphere dan Harga terhadap Minat Pembelian pada Supermarket Berastagi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(2), 99–113.
- Ramadhan, J. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Distro House of Smith. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 534–544. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/1267>
- Rozi, I. A. (n.d.). *Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Saputra, D. F., Batlajery, S., Awal, M., & Arifudin, A. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Depot Air Niki Fress. *MUSAMUS Journal of Businness & Management*, 6(2), 125–140.
- Sari, R. P., & Islamuddin, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Jaya Rasa Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 5(1), 34–46. <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/186>
- Sugeng, N. W., Mayasari, I., & Ratnanigtyas, H. (n.d.). *Butter Cookies Subtitusi Tepung Biji Durian : Modernisasi Dan Inovasi Kuliner Khas Kota Serang Sebagai Upaya Pemanfaatan Limbah Durian Butter Cookies Substitution Of Durian Seed Flour : Modernization And Culinary Innovation Typical Of Serang City As An Effort To Utilize Durian Fruit Waste*.
- Sukoco, H., & Krisnaresanti, A. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Adaptasi Strategi Pemasaran Umkm Saat Pandemi Covid-19: Tinjauan Literatur. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1), 32–40.
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Kuliner Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 64–71. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.998>

- Sumarsid¹ dan Atik Budi Paryanti². (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
<https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Yusepa, W. Y., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Competitive Advantage Dalam Menarik Konsumen Di Pasar Lokal (Studi Pada Topshop Bandar Lampung). *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 29–40.
- Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149.
<https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>
- Zainal Aprianto Bagus Pratama, Iswati, A. F. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Strategi Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Penjualan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surabaya Selatan. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 156–170.
<https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1206>