DAFTAR PUSTAKA

Apriliawati, D. (2020). Diary study sebagai metode pengumpulan data pada riset kuantitatif: Sebuah literature review. *Journal of Psychological Perspective*, *2*(2) 80. https://ukinstitute.org/journals/jopp/article/view/53

Armanto, R., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh social media marketing Instagram dan word of mouth terhadap minat beli konsumen pada Kedai Kopi Bilik Desa. *Jurnal Mirai Management, 7*(2), 483–491.

Arifin, Z., Gunawan, C. I., & Fianto, L. (2023). Teknik Dan Pemasaran Kripik Singkong Untuk Mengatasi Ekonomi Masyarakat Akibat Dampak Covid 19 Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang. *Jurnal Daya-Mas, 8*(1), 27-40.

Arikunto, S. (2018). Uji instrumen dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, *6*(2), 40–50. https://journal.uny.ac.id

Arikunto, S. (2019*).* Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta https://repository.unmul.ac.id/bitstream/handle/123456789/11

Bagaskara, W. G., & Anasrulloh, M. (2023). Strategi pemasaran online (digital marketing) guna meningkatkan penjualan ikan hias cupang di Sumde Cupang Tulungagung. *Jurnal Economina, 2(7), 3*.https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/661/57

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2020*).* Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book255675

Daiman, N. J., & Maria. (2023). Analisis pengaruh iklan di media sosial Facebook terhadap minat konsumen untuk berbelanja online. *Journal of Practical Management Studies.,1(1*). https://jurnal.jalaberkat.com/index.php/jpms/article/view/3

Lestari, E., Masela, M. Y., Narew, I., & Nifan, J. (2023). Pengaruh literasi keuangan pribadi dan kecerdasan spiritual terhadap gaya hidup hedonisme mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, *9*(3), 856–866. https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1186

.

Gunawan, C. I. (2018*).* Strategi pemasaran UMKM menghadapi era MEA. CV IRDH

Gunawan, C. I., Suhendrik, H., Supartini, N., Dyanasari, D., Aditia, D., Yoga, T., & Bah, C. (2024). An integrated food management framework: A preventive measure for food scarcity during the Prabowo Subianto administration. Edelweiss Applied Science and Technology, 8(6), 2160-2167. https://learning-gate.com/index.php/2576-8484/article/view/2404

Gunawan, C.I (2026). Strategi Pemasaran Umkm Di Era Masyarakat Ekonomi Asean: Teori Dan Praktek.. Cv Irdh : Malang

Gunawan, C.I. (2024). Etika Bisnis. CV IRDH: Malang https://irdhjournals.com/bos/article/view/34

Gunawan, C.I (2024). Total Quality Management: Sebuah Tinjauan Teoritis. CV IRDH: Malang. https://irdhjournals.com/bos/article/view/32

Gunawan, C.I. (2024) Teori Ekonomi Cakti: Teori Ekonomi Kemanusiaan Modern**.** https://irdhjournals.com/bos/article/view/26

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.undip.ac.id

Hadi, F., & Oktaviani, R. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada marketplace Shopee.

https://scholar.google.com/scholar?cluster=7997568518279467073

Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh iklan di media sosial Instagram terhadap minat beli masyarakat pada e-commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 8(*1). https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/33853

Hendriwati, D. N., Rahayu, & Hidayat, M. S. (2024). *Pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus Toko Sembako May Snack, Kec. Gedeg, Kab. Mojokerto). Journal Of Global Humanistic Studies, 2, 270-272.* https://philosophiamundi.id/index.php/philosophia/article/view/99

Hidayat, R. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Kencana.

Kahfiansyah, M. A., Juanna, A., & Kusuma, C. A. (2024*).* Eskalasi efektivitas pemasaran media sosial: Dampak konten iklan TikTok dan perilaku konsumen terhadap pembelian produk fashion di platform Shopee. MES Management *Journal, 3(2),* 1. https://www.mes-bogor.com/journal/index.php/mesman/article/view/219

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Kurniawan, A. (2020). Pengaruh iklan TikTok terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada mahasiswa. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 5(1), 45–53.

Maisyaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022*).* Pengaruh iklan Facebook terhadap minat beli siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Social Media and Message, 1*(1), 4-7.

https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/2

Nazara, D. S. (2021). Pengaruh Periklanan Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Tricomsel Gunungsitoli. Jurnal EMBA*: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 9(3), 2.* https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/35613/33336

Noor, T. D. F. S., & Nurvenda, S. S. (2023). Tinjauan Atas Strategi E-Marketing Pada Kinasih Resort & Conference Bogor. *Jurnal Ilmiah, 4(1)*.https://jurnal.ibik.ac.id/index.php/jipkes/article/view/2069

Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh content marketing, influencer, dan free ongkir terhadap minat beli konsumen produk fashion pada TikTokShop. *Jurnal JMP, 3(1),* 5.

Presiden Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik *Indonesia* https://peraturan.bpk.go.id/Details/37582/uu-no-19-tahun-2016

Presiden Republik Indonesia. (2019). Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia. https://peraturan.bpk.go.id/Details/126143/pp-no-80-tahun-2019

Prion, S., & Haerling, K. A. (2014). Making sense of methods and measurement: Pearson product-moment correlation coefficient. Clinical Simulation in Nursing, 10(10), 587–588 https://doi.org/10.1016/j.ecns.2014.07.002

Prityanto, T., & Nugroho, A. P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada produk baju batik Madura. *Journal of Indonesian Economic Research, 1*(2), 62–74.

Rahmadanti, A. R., Aditasari, K., Wibawa, B. M., & Persada, S. F. (2021). Efektivitas Strategi Iklan dengan Menggunakan Instagram Ads untuk Meningkatkan Penjualan dan Branding Produk: Studi Kasus Privet.id *Jurnal Sains dan Seni ITS, 10(1*).

https://www.neliti.com/publications/489342/efektivitas-strategi-iklan-dengan-menggunakan-instagram-ads-untuk-meningkatkan-p

Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh media sosial marketing TikTokterhadap minat beli online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis, 11*(2), 28 https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+media+sosial+marketing+TikTokterhadap+minat+beli+online+di+*Shopee*&btnG=

Sevilla, Consuelo G., Ochave, Jose., Punsalan, B.P., Regala, B.P., & Uriarte, G.G. (2007*).* Research Methods. Quezon City: Rex Printing Company.

https://www.rexestore.com/college-bookstore/1881-research-methods-by-sevilla-et-al.html

Siregar, H., Zebua, Y., & Arjuna, S. (2025*).* Pengaruh promosi gratis ongkos kirim, iklan, dan celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian ditinjau dari platform Shopee dan Tiktok. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 4(1).*

Sitanggang, A. S., Nazhif, D. N., Ar-Razi, M. H., & Buaton, M. A. F. (2024). Efektivitas strategi digital marketing di media sosial: Studi kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok generasi Z. Master Manajemen, *2(3), 1* https://ejournal-nipamof.id/index.php/MASMAN/article/view/489

Statista. (2023). Internet penetration rate in Indonesia from 2013 to 2025. https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *CV* Alfabeta.https://alfabeta.co.id

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. https://repository.stie-mce.ac.id/2129/4/BAB%20III%20Metode%20Peneltian.pdf

Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan media sosial terhadap minat beli di e-commerce Shopee (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, *9(4)*, 1.https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229

Taqiyya, N., & Riyanto, S. (2020). Pemanfaatan Facebook sebagai media pemasaran online bagi UMKM. Jurnal Administrasi Bisnis, 8(3), 112–120

Tasmara, A. F., Baso, A., Amiluddin, Kasri, & Yusuf, D. (2021). The impact of social media on buying decision of pempek mackerel (Scomberomorus

commerson) in Makassar City. *Jurnal Ponggawa*, *1*(1), 99–107. https://journal.poltekpangkep.ac.id/index.php/ponggawa/article/view/178

Widyana, S. F., Rahardjo, P., & H.Rena, P. V. (2025*).* Pengaruh iklan media sosial Facebook terhadap keputusan pembelian skincare Elformula di ecommerce Shopee. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 15(1*). https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/4149

Wijaya, O. (2023). E-Commerce: Perkembangan, Tren, dan Peraturan Perundang-Undangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 16*(1), 43. https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1083/720