

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). *PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi, jurnal, unsil,ac,id,.
- Alfiansyah, R. (2024). *Strategi Peningkatan Brand awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 625–632. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (n.d.). *Strategi Pemasaran Digital: Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital*.
- Armstrong, G. &. (2022). *Marketing: An Introduction (14th ed.)*. Pearson. Pearson Education, Inc.
- Ayu, D., Dewi, S., Luh, N., Ayu, K., Sucandrawati, S., Putu, N., Laksmi, A. D., & Mahendradatta, U. (2022). *The Effect Of Digital marketing And Brand awareness On Purchase Of Sukla Food Products In Satyagraha SMEs In Denpasar City*. Nusantara Hasana Journal, 2(3), 179–195.
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). *Pengaruh Digital marketing dan Brand awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy*. AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis, 4(2), 488–498. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Fika, I. F., Rohma, S. S., Qadariyah, A. S., & Ramdhani, A. E. (2024). *MEMBENTUK BRAND AWARENESS MELALUI DIGITAL MARKETING PADA UMKM CO ' O KRISPI CAP BINTANG*
- Frandika Sitepu, Hendra, H., Sitompul, D. P., & Vinsensius Matondang. (2023). *Analisis Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Mehuli Kitchen Kabanjahe*. MAMEN: Jurnal Manajemen, 2(2), 198–208. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1784>
- Hair. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*.

- Halimatu Salamah, N., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS PADA E-COMMERCE HIJUP* (Vol. 2).
- Hasvia, T. G., Lady, Lady, De Utami, N. A., Aulia, G., & Jones, J. H. (2023). *Peran Digital marketing dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish*. Jurnal Minfo Polgan, 12(1), 598–610. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12466>
- Hendrawati. (2021). *Accidental Sampling Study on Quality of Life for Diabetes*. Eksata.
- Herminal, D., & Huda, N. (2024). *Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif*. In Syntax Admiration (Vol. 5, Issue 12).
- Iba, Z. &. (2024). *Operasionalisasi Variabel,Skala pengukuran dan Instrument Penelitian Kuantitatif*.
- I Ketut AdiWirana, Anak AgungPutu Agung, & Made Surya Prayoga. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING, QUALITY PRODUCT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI HOLLAND BAKERY BATUBULAN*.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). *Analisis Strategi Digital marketing Di Perusahaan Cipta Grafika*. Jurnal Economina, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antarksa Kopi Semarang)*. Ekonomis: Journal of Economics and Business, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Khotimah Harahap, L. (n.d.). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) Oleh*.
- Kotler, P. K. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*.

- Kurniawan, E., Maharani, D., Informasi, S., Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Royal, S., Komputer, S., & Informatika, M. (2021). *SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM*. In Jurnal Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat (Vol. 1, Issue 1). <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JPSTM>
- Kurniawati, D., & Judisseno, R. K. (n.d.). *PENGUNAAN SKALA LIKERT UNTUK MENANALISA EFEKTIVITAS REGISTRASI STAKEHOLDER MEETING: EXHIBITION INDUSTRY 2020*.
- Lenaini. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING INFO ARTIKEL ABSTRAK*.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022) Available online at <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>. *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Nel Arianty, & Ari Andira. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Brand awareness terhadap keputusan pembelian*.
- Rahma, R. A., Sangadji, E. M., & Suchaina. (2023). *Pengaruh Digital marketing dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Galeri AIM Desa Ranuklindungan Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan*. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen, 2(2), 91–107.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global*. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Razak, M. I., Taan, H., & Niode, I. Y. (2024). *Pengaruh Digital marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand awareness pada McDonald's Gorontalo*. CENDEKIA : Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah, 1(6), 291–304. <https://doi.org/10.62335/9kzpkp07>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PERILAKU PROSOSIAL*. FOKUS

- (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan), 4(4), 279.
<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sastra Millennium, A., Wayan Suardana, I., Made Kusuma Negara, I., Studi Industri Perjalanan Wisata, P., & Pariwisata, F. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARTUP BIKE RENTAL BANANAZ BALI*. 9(1), 2338–8633.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Sopiyan, P. (2022). *Pengaruh Digital marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 13(2).
- Tambunan, T. T. (2022). *UMKM Di INDONESIA: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*.
- Yogesh K. Dwivedi, E. I. (2021). *Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions*. International Journal of Information Management