

DAFTAR PUSTAKA

- Abedian, M., Amindoust, A., Maddahi, R., & Jouzdani, J. (2022). *A game theory approach to selecting marketing-mix strategies*. Journal of Advances in Management Research, 19(1), 139–158.
- Arsyad, M., & Iskandar, D. (2020). *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bank Indonesia. (2022). *Digitalisasi untuk UMKM*. Jakarta: BI.
- Baso, M. I. H. M., & Rohani, R. (2023). *Implementasi Strategi Promosi Above The Line (ATL), Below The Line (BTL), dan Trought The Line (TTL) Pada UMKM Di Kota Makassar*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1156-1168.
- Childers, C. C., Lemon, L. L., & Hoy, M. G. (2018). *#Sponsored #Ad: Agency Perspective on Influencer Marketing Campaigns*. Journal of Current Issues & Research in Advertising, 40(3), 258–274.
- Coaker, W. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. New York: Independently published.
- Damanik, S., Utomo, D. P. (2020). *Implementasi Metode ROC (Rank Order Centroid) Dan Waspas Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kerjasama Vendor*.
- Dewi, C. K., & Agusta, R. P. (2019). *Pengaruh word of mouth terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada Widjie Coffee)*. *e-Proceeding of Management*, 6(3), 6266–6275.
- Ertz, M., Durif, F., & Arcand, M. (2018). *A conceptual perspective on collaborative consumption*. AMS Review, 9(1), 27–41.
- Fahmi, I. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk*. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 2(5), 565–572.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). *Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan*

- Kecil. Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). *Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21.
- Gultom, V. V. Y. J., Clarissa, A., & Chryztantya, M. (2019). *The Effect of Jember Fashion Carnival and Sponsorship On Company Image Pt. Martina Berto. Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 262–271.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. Productivity*, 2(1), 69–72.
- Halim, A. (2020). *Perkembangan UMKM di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Heller, & Sabine. (2019). *Below-the-line creativity and authorship in animation: the reality of animation production. Revue Française Des Sciences de l'information et de La Communication*, 18.
- Heizer, J., & Render, D. (2020) “*Manajemen Operasi* Buku 1 Edisi 9,” Jakarta: Salemba, vol. 4, 2009.
- Hilmawan, D., Magfirah, E., Saputra, R. F., Retno, B., & Permana, E. (2024). *Strategi Below The Line (BTL) memiliki target interaksi dan komunikasi pelanggan mengenai pemasaran produk secara langsung sebagai lawan dari persaingan di pasar dalam upaya meraih keintiman relasi dengan konsumen. Jurnal Kimia dan Industri*, 8(5), 126–135.
- Hukum, J., Syariah, E., Agama, I., Negeri, I., & Parepare, I. (2020). *J-HES*. 4, 1–15.
- Hasbi, I., & Asi, K. J. M. (2023). *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom*, 8(1), 437.
- I. N. Pujawan and E. Mahendrawathi, “*Supply Chain Management*.” Penerbit Andi, Yogyakarta, 2017.
- Ilyasa, N. (2018). *Pengaruh Tempat Usaha, Display Produk Dan Personal Selling Secara Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Batik Desa Trusmi Kabupaten Cirebon Tahun 2018. Inklusif (Jurnal Pengkajian Penelitian*

- Ekonomi Dan Hukum Islam), 3(2), 106.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Tahunan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Kotler, P.T., Keller, K.L., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Singapore: Pearson Education.
- Kristantyo, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1–11.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19*. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31.
- Lystia Rut Winasis, C., Halimah Sandra Widiyanti, & Baruna Hadibrata. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410.
- Mondelez International. (2023). *Motivasi ngemil di dunia: Analisis preferensi konsumen global*. *Global Snacking Trends*, 14(2), 32–42.
- Mondelēz International. (2023). *Laporan tahunan: Kebiasaan ngemil secara global*.
- Mappesona, H., Ikhsani, K., & Ali, H. (2020). *Customer Purchase Decision Model, Supply Chain Management and Customer Satisfaction: Product Quality and Promotion Analysis*. *International Journal of Supply Chain Management*, 9, 592-600.
- Nantigiri, M. H. A., Handayani, S., & Veronica, V. (2021). *Brand Image, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 7(3), 247–255.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: alfabeta.
- Nurmala, A. (2022). *Tren Konsumsi dan UMKM di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.

- Omoruyi, O., & Mafini, C. (2016). *Supply Chain Management and Customer Satisfaction in Small to Medium Enterprises*. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Oeconomica*, 61, 43-58.
- Oktavia, M., Pradana, M., Wardhana, A., & Joviano, R. (2025). *Analysis of the Effect of E-Commerce Affiliate Marketing on Increasing Consumer Purchase Intention*. *WSEAS TRANSACTIONS ON SYSTEMS*, 24, 326-334. <https://doi.org/10.37394/23202.2025.24.28>
- Pangestu, A. & Hasbi, I. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Aku Coffe And Resto*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*, 10(1), 380.
- Purwanto, A., Primiana, I., Maulina, E., & Juanim, J. (2019). The Effects of Product Quality, Service Quality and Customer Satisfaction on Purchase Interest: A Study of Traditional Market in Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(1), 54-62.
- Purwanto, E. (2020). *Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual*. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248–253.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 358.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Rahmadhani, A. V., & Widodo, A. (2023). *Pengaruh green brand image, green brand trust, green brand awareness dan green brand satisfaction terhadap purchase intention pada konsumen air mineral merek Aqua*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 393–405.
- Rizaldi, F. M., & Mirzanti, I. (2021). *Strategy based on customer engagement to increase behavior intention of loyalty for Wlack&Bhite*. *American International Journal of Business Management*, 4(09), 84–88.
- Roggeveen, A. L., & Sethuraman, R. (2020). *Customer-Interfacing Retail Technologies in 2020 & Beyond: An Integrative Framework and Research Directions*. *Journal of Retailing*, 96(3), 299–309.

- Saputri, M., et al. (2023). "Inovasi dan Digitalisasi UMKM." *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 123-135.
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship Dalam Meningkatkan Awareness (Studi Brand pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner). *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 2(1), 1-26.
- Suprapti, Lilik. (2010). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Organizational Association dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Stojanov, M. (2021). *ATL, BTL, and TTL Marketing Support in the Sales*, University of Economics, Varna, Bulgaria.
- Tambunan, T. (2020). *The Impact of the Economic Crisis on Micro, Small, and Medium Enterprises and Their Crisis Mitigation Measures in Southeast Asia with Reference to Indonesia*. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 7(1), 52-69.
- Tambunan, T. (2021). *UMKM di Tengah Krisis Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.
- TRIVIA's social media effectiveness, 12 Emerald Emerging Markets Case Studies 1 (2022).
- Wardhana, A. (2025) *Strategi pemasaran media sosial*. Eureka Media Aksara. 76–101.
- Wardhana, A, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- We Are Social. (2023). "Digital Report Indonesia." *We Are Social*.
- Widodo, H. (2021). *Dokumentasi dan Kearsipan dalam Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widodo, A., Rubiyanti, N., & Yusiana, R. (2025). *Unveiling the power of social media: How marketing communication shapes consumer behaviour*. *paperASIA*, 41(2b), 173–183.
- Yunus, N. R., & Sunarti. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 55–70.

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). *Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 1(2), 506–515.