

## DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. [https://www.academia.edu/42672824/Dampak\\_Covid-19\\_Terhadap\\_UMKM\\_di\\_Indonesia](https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia)
- Bismala, L. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Di Sumatera Utara Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Pembangunan Perkotaan*, 2(2), 126–134.
- Dhar, J., & Jha, A. K. (2014). Analyzing Social Media Engagement and its Effect on Online Product Purchase Decision Behavior. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 24(7), 791–798. <https://doi.org/10.1080/10911359.2013.876376>
- Duffett, R. G. (2017). Influence of Social media marketing communications on young consumers' attitudes. *Young Consumers*, 18(1), 19–39. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2016-00622>
- Dyahtritami, V. R., Suryawardani, B., Terapan, F. I., Telkom, U., Marketing, S. M., & Decisions, P. (2020). *Pengaruh Customer Relationship Management dan social media marketing Terhadap Purchase Decisions Pada Favehotel Braga Bandung Tahun 2020 The Influence of Customer Relationship Management and social media marketing on Purchase Decisions at Favehotel Braga Bandung in 2020*.
- Eksistensi, P., & Melalui, U. (2013). Peningkatan Eksistensi Umkm Melalui Comparative Advantage Dalam Rangka Menghadapi Mea 2015 Di Temanggung. *Economics Development Analysis Journal*, 2(2), 110–119. <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i2.1395>
- Febrianta, A., & Indrawati. (2016). Influence of Mobile Banking Service Quality To Customer Satisfaction Bank Bca in Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2879–2885.

- Hidayat, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjai Madura). *Jiems (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 9(2), 77–95. <https://doi.org/10.30813/jiems.v9i2.40>
- Indrawati.(2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: PT. Refika Aditam
- Indrawati. (2018). Metode Penelitian Kualitatif Management dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung: Reflika Aditama
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand ☆. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Loita, A., & Husen, W. R. (2018). Variasi Bentuk dan Makna Motif Bordir di Sentra Bordir Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 3(2), 166–179. <https://doi.org/10.30870/jpks.v3i2.4579>
- Marlina, L., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Strategi Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Industri Kreatif Bordir Tasikmalaya. *Co-Management*, 3(3), 423–432.
- Massie, K. S. (2016). the Effect of Social Media, Direct Email, and Electronic Word-of Mouth (E-Wom) on Consumer Purchase Decision At Zalora Fashion Online Store. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 714–725.

<https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13151>

- Mileva, L., & Dh, ahmad fauzi. (2018). Pengaruh social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Murtyoso, C. H. (2018). Mengatasi Kemiskinan dan Pengangguran dengan memanfaatkan Potensi Produk Unggulan (Studi Kasus di Kota Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Manajemen Pembangunan*, 5(1), 1–16.
- Nabil Iblasi, W., Bader, D. M., & Ahmad Al-Qreini, S. (2016). The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on SAMSUNG for Electrical Home Appliances). *International Journal of Managerial Studies and Research*, 4(1), 14–28. [www.arcjournals.org](http://www.arcjournals.org)
- Nurzamzami, A., & Siregar, E. H. (2016). Peningkatan Daya Saing UMKM Alas Kaki di Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor dan Implikasinya terhadap Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(1), 15.  
<https://doi.org/10.29244/jmo.v5i1.12127>
- Pasharibu, Y., Soerijanto, J. A., & Jie, F. (2020). Intention to buy, interactive marketing, and online purchase decisions. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 339–356. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.3398>
- Perera, C. H., Nayak, R., & Long, N. V. T. (2019). The Impact of Electronic-Word-of Mouth on e-Loyalty and Consumers' e-Purchase Decision Making Process: A Social Media Perspective. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 10(4), 85–91.  
<https://doi.org/10.18178/ijtef.2019.10.4.642>
- Prasad, S., Garg, A., & Prasad, S. (2019). Purchase decision of generation Y in an online environment. *Marketing Intelligence and Planning*, 37(4), 372–385.  
<https://doi.org/10.1108/MIP-02-2018-0070>

- Rismayadi, B., & Maemunah, M. (2016). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan (Studi kasus pada PT. Concord Indonesia). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 2(1), 124–135.  
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v2i1.181>
- Sri Susilo, Y. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Implementasi Cafta Dan Mea. *Buletin Ekonomi Agustus*, 8(2), 70–170.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, 21(2), 179–194.  
<https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>
- Supriadi, A., Ardiani, G. T., & Rustandi, A. (2018). Strategi Peningkatan Daya Saing Kerajinan Bordir Melalui Pendekatan A. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 12(2), 187–196.
- Sutarman, A., & Lesmana, R. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen dari Sisi Normatif dan Informatif Pada Supermarket Giant Pamulang, Tangerang Selatan. *Proceedings ...*  
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/2171>
- Tobing, D. S. K., Fathorazz, M., & Wulandari, G. A. (2018). Mapping the Competitive Advantage of SMEs in East Java, Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(1), 23–32. <https://doi.org/10.15294/jdm.v9i1.14649>
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/11>

72

- Yadav, M., & Rahman, Z. (2018). The influence of Social Media marketing activities on customer loyalty: A study of e-commerce industry. *Benchmarking*, 25(9), 3882–3905. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2017-0092>
- Yogesh, F., & Yesha, M. (2014). Effect of Social Media on Purchase Decision. *Pacific Business Review International*, 6(11), 45–51.
- Yusnita, R. T., & Fitriadi, B. W. (2019). Analisis Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas UMKM di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA) Volume 21 Nomor 02 Tahun 2019*, 21(No 2).