

DAFTAR PUSTAKA

- Al., Imam Suchayyo et. “Upaya Pemerintah Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Program Car Free Day DI Kota Kraksaan.” *Dialektika : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 8, no. 1 (2023).
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Abunawas Kamaluddin. “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian.” *Jurnal pilar: Jurnal Kajian Islam Kontenporer* 14, no. 1 (2023).
- Apriliani, Deta Putri, Sri Nuringwahyu, and Dadang Krisdianto. “Pengaruh Promosi, Citra Toko, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Bahrul Maghfiroh Mart).” *Jiagabi* 11, no. 2 (2022): 202–211.
- Ayu Rahmadani, Desra, and Mukran Roni. “Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Lemari Es.” *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan* 10, no. 3 (2022): 922–936.
- Emor, Rizky Y.S, and Agus Supandi Soegoto. “Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu.” *Jurnal EMBA* 3, no. 2 (2015): 738–748.
- Halim, Eka Surya. “Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal.” *Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2, no. 4 (2017): 419–427.
- Hikmah, Jurnal. “Paradigm.” *Computer Graphics Forum* 39, no. 1 (2020): 672–673.
- Ilmiah, Jurnal, Ekonomi Dan, and Kresna Wijaya. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kesadaran Merek Gojek Pada Pengguna Stasiun Kai Depok Baru” 2, no. 11 (2024): 291–300.
- Imani, Rizky Putri. “Fenomena Pemasaran Konten Media Sosial, Word of Mouth, Customer Experience Dan Etnosentrisme Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kedai Kopi Kenangan Di Dki Jakarta.” *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* 12, no. 2004 (2020): 6–25.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, “Syamil Al-Qur’an dan Terjemahannya,” (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2009), Al-Mutaffifin:1.
- Kevin, Stefanus, and Sirait Sisnuhadi. *PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL, CELEBRITY ENDORSER, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*, n.d.
- Kualitas, Pengaruh, Layanan Dan, Harga Terhadap, Pelanggan Pada, Grabfood Studi, and Wilayah Kecamatan. “JURNAL ILMIAH M-PROGRESS” 12, no. 1 (2022): 70–83.

- Listiani, Nining, and Andi Ismail. "Pengaruh Promosi, Digital Marketing Dan Brand Awareness Tiktok Terhadap Purchase Intention Produk Kecantikan Di Sampit." *Jurnal Disrupsi Bisnis* 6, no. 6 (2023): 569–575.
- Nugroho, Adi Sulisty, and Walda Haritanto. *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika (Teori, Implementasi & Praktik Dengan SPSS)*. Yogyakarta: Andi, 2022.
- Oktaviana, Felicia. *Public Relations Dalam Berbagai Dimensi*. Yogyakarta: PT. nas media indonesia, 2022.
- Pala, Junaeta, Retno Dewi Wijastuti, Ahmad Jamil, Susetyowati Sofia, and Universitas Muhammadiyah Sorong. "Pengaruh Keunikan Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Coffee" 3 (2024): 1–8.
- Perbanas.id. "UMKM Berkelanjutan Kunci Masa Depan Ekonomi Indonesia" (2025).
- Putri, Arya Dwiandana. "Pengaruh Umur, Pendidikan, Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Miskin Di Desa Bebandem." *E-Journal EP Unud* 2, no. 4 (2013): 173–180.
- Rachmadhani, Anggre Putri, Aryo Pinandito, and Welly Purnomo. "Analisis Pengaruh Diskon Harga , Ulasan Produk , Dan Persepsi Kualitas" 9, no. 2 (2025): 1–8.
- Sumarsid dan Atik Budi Paryanti., "Pengaruh Kualitas et al JURNAL ILMIAH M-PROGRESS" 12, no. 1 (2022): hal. 74.
- Saputri, Sari Dian. "Faktor Pengaruh Daya Tarik Visual Brand Organicup Terhadap Brand Awareness Mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata." *Tuturrupe* 3, no. 2 (2021): 20.
- Semuel, Hatane, and Kelvin Yohanes Setiawan. "Promosi Melalui Sosial Media, Brand Awareness, Purchase Intention Pada Produk Sepatu Olahraga." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12, no. 1 (2021): 47–52.
- Setiawan, L. "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12, 1, no. 1 (2018): 53–60.
- kemp, Simon "Tren Pengguna Media Sosial Dan Digital Marketing Indonesia" (n.d.). slide.id.
- Sucahyo, Imam, M. Rizky Hidayatullah, M. Januar Amrullah, Zahrotul Karimah, Ahmad Musthofa, and Siti Aisyah. "Upaya Pemerintah Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Program Car Free Day DI Kota Kraksaan." *Dialektika : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 8, no. 1 (2023): 99–111.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. bandung:

Alfabeta, 2013.

- Sulistiyawati, Eka Septiana, and Anna Widayani. "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM Di Kota Blitar." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 4, no. 1 (2020): 133.
- Suriani, Nidia, Risnita, and M. Syahran Jailani. "Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.
- Tarigan, Yensa Margareth, Cokorda Gede Alit Semarajaya, and I Made Adikampana. "Analisis Kesenjangan Harapan Dan Kinerja Lanskap Jalan Sebagai Ruang Terbuka Publik Saat Car-Free Day Di Kawasan Renon, Denpasar." *Jurnal Arsitektur Lansekap* 5, no. 1 (2019): 37.
- Themba, Orfyanny S., and Buyung Romadhoni. "Strategi Meningkatkan Minat Beli Konsumen Melalui Social Marketing, Endorserment Selebgram Dan Potongan Harga." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2023): 653–662.
- Utomo, Ichsan Widi. "PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)." *Komunikasi* VIII, no. 1 (2017): 78.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>.
- Vina Angelika Taslim and Charisma Ayu Pramuditha. "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang,." 2, no. 2 (n.d.).
- Virginia, Via. "Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Makanan Merek Gildak." *NBER Working Papers* (2021): 89.
- Yudhistira, Septyo Nugraha, Riska Putri, and Fistiawirzani Sakiinah. "Pengaruh Digital Marketing Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan* 1, no. 2 (2023): 84–97.