

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. . (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.
- Abdullah, T., & Ramadhan, R. (2022). *e-commerce dan bisnis digital*. Deepublish.
- Al As'hal, A. 'Azhim, & Kurniawan, E. H. (2024). MEMBANGUN *BRAND EQUITY* UMKM IKAN ASAP MENGGUNAKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY MELALUI LITERASI PEMASARAN. *Andromeda*, 2(1), 127–140. <https://doi.org/10.24260/andromeda.v2i1.3347>
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. . (2018). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (10 ed.). Cengage Learning.
- APJII. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet Indonesia 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive Sampling: Complex or Simple? Research Case Examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Efendioğlu, H., & Durmaz, Y. (2022). The Impact of Perceptions of Social Media Advertisements on Advertising Value, Brand Awareness and Brand Associations: Research on Generation Y Instagram Users. *Transnational Marketing Journal*, 10(3), 655–679.
- Ekonomi, W. (2026). *Tren kuliner viral sepanjang 2025, dorong pertumbuhan UMKM ke level 6,5%*. Warta Ekonomi.
- Eroglu, S. A., Machleit, K. A., & Davis, L. M. (2001). Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications. *Journal of Business Research*, 54(2), 177–184. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00087-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00087-9)
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis.

- Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510.
https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2603_7
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3 ed.). Sage Publications.
- Hanifah Wirastuti Wirawan, & Gesit Thabrani. (2025). THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY AND *BRAND EQUITY* ON CUSTOMER RESPONSE TO SKINCARE PRODUCTS. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 9(1), 105–119.
<https://doi.org/10.36526/santhet.v9i1.4983>
- Harmayani, H. (2020). *E-commerce: Suatu pengantar bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Himawan, E. N., Djuwaini, A., & Putra, A. D. (2024). Adoption of *e-commerce* in Small and Medium-Sized Enterprises in Bogor District. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1), 211–219.
<https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i1.1050>
- Hussain, A., Ting, D. H., Abbasi, A. Z., & Rehman, U. (2023). Integrating the S-O-R Model to Examine Purchase Intention Based on Instagram Sponsored Advertising. *Journal of Promotion Management*, 29(1), 77–105.
<https://doi.org/10.1080/10496491.2022.2108185>
- Indonesia, K. D. dan I. (2026). *Laporan Data UMKM Indonesia Tahun 2026*. Kamar Dagang dan Industri Indonesia.
- Indonesia, Y. (2024). *Korean Food Consumption Trend Among Indonesian Gen Z*. YouGov Indonesia.
- Kompasiana. (2025). *Kuliner Korea di Indonesia: Dari akulturasi budaya ke inovasi rasa*. Kompasiana.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16 ed.). Pearson.
- Kumala, I., & Khalidy, F. (2026). Pengaruh Adopsi *e-commerce* terhadap Kinerja

- Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 3(1), 343–348. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v3i1.1238>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press.
- Muhammad Rifaldi, Sri Hartati, & Muhammad Alfin Vajriansyah. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness di Era E-Commerce. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(1), 58–65. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i1.2790>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2 ed.). McGraw-Hill.
- Nurhasanah, A., & Sukardi, Y. O. (2024). Systematic Literature Review: Peran Digital Marketing Dalam Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Entrepreneurship*, 1(1), 1–16.
- Perekonomian, K. K. B. (2026). *Kepala Staf Kepresidenan Dorong UMKM Naik Kelas, Perkuat Ekonomi Rakyat di Pelabuhan Ratu*. Portal Resmi Kantor Staf Presiden.
- Putra, A. Y., & Aliyanti, F. E. (2024). Korean Wave, Kesadaran Halal dan Literasi Halal Pada Konsumen Makanan Korea: Studi Kasus Generasi Z di Yogyakarta. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 5(1), 36–48. <https://doi.org/10.20885/abhats.vol5.iss1.art3>
- Putri, I. P., Syafitri, N., & Salsabila, N. (2023). Peran UMKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–10.
- Rahayu, D. M. (2022). The Influence of Social Media *Marketing efforts* and *Brand equity* on *Consumer response*. *MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 2(3), 163–180. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v2i3.396>
- Santoso, B., Mulyana, P., & Irfan, M. (2020). *E-COMMERCE CONTENT CREATIVE DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS (Studi Kasus Content Instagram Payfazz)*. *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 1–13.
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory

- Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1). <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12 ed.). Pearson.
- Suci Ramadani, Dilla Amelia Ramadhani, Muhammad Ikrom, & Lokot Muda Harahap. (2025). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 158–166. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3183>
- Suciati, N. E., & Erdiansyah, R. (2023). Advertising Awareness dan *Brand equity* pada GrabFood. *KIWARI*.
- Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, P. C., Arini, D. U., Yuntina, L., Soehaditama, J. P., & Nuraeni, N. (2024). Konsep penelitian kuantitatif: Populasi, sampel, dan analisis data (sebuah tinjauan pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (1 ed.). Penerbit ANDI.
- Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>