

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto. 2013. Analisis Penjualan PT. Suka Fajar Ltd Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Mitsubishi di Riau Studi Kasus Minibus. Riau: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Ahdi Saputra, Yohanes. 2015. Analisis Perbandingan Efektivitas Iklan Jejaring Sosial Facebook, Twitter Dan Instagram. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Aisyah,Siti dan Maya Ariyanti. 2017. Perbandingan Antara Format Iklan Online Native Advertising dan Online Banner Advertising Terhadap Perilaku Konsumen Pada Iklan Online. Jurnal Eproceedings Of Management, Vol. 4, No 1.
- Ajimat. 2020. Analisis Perbandingan Word Of Mouth Marketing Dan Sosial Media Marketing Dalam Menarik Minat Mahasiswa Dalam Memilih Universitas (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. Jurnal Pemasaran, Vol. 3 No. 2 Februari.
- Alamsyah, Fahrizal dan SmitDev Community. 2008. Easy Money from Internet Meraih Penghasilan dengan Google Adsense. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif. Surabaya: UNAIR.
- Arifin, Johar. 2017. SPSS 24 Untuk Penelitian Dan Skripsi. Jakarta: Penerbit: PT Elex Media Komputindo.
- Arifin, M. Mawan. 2015. Analisis Perbandingan Metode Forecast Dengan Metode Eoq (Economic Order Quantity) Terhadap Efektivitas, Efisiensi, Likuiditas Dan Penentuan Sfety Stock Perusahaan. Jurnal Kalibrasi-Karya Lintas Ilmu Bidang Rekayasa Arsitektur, Sipil, Industri, Vol 10.
- Ayodya, Wulan. 2020. UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Bahri, Syaiful. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Blanchard, Olivier. 2015. Sosial Media Roi Mengolah dan Mengukur Penggunaan Media Sosial Pada Organisasi Anda. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ce Gunawan. 2020. Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.

- Departemen Agama RI. 2015. Qur'an Suci Terjemahan dan Tafsir. Jakarta: Darul Kutubil Islamiyah.
- Dhewi, Titis Shinta. 2014. Strategi Pemasaran Untuk Keunggulan Bersaing. Malang: Bayumedia Publishing.
- Dianing P.(ed.). 2012. Membuat Website Gratis. Jakarta: Kuncikom.
- Dyah Alyusi, Shiefti. 2016. Media Sosial, Interaksi, Identitas dan Modal Sosial. Jakarta: Kencana.
- Enterprise, Jubilee. 2021. Instagram Untuk Bisnis, Hobi, & Desain Grafis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Erawati, Irma,Dkk. 2017. Efektivitas Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Pallaga Kabupaten Gowa. Makasar: Jurnal Office.Vol 3, No 1.
- F. Tandusan, Chevy. 2015. Analisis Komparasi Efektivitas Penjualan Sebelum Dan Sesudah Menggunakan Video Marketing Online Talk Fusion di Manado. Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol 3, No 2.
- Gulo, W. 2002. Metodologi Penelitian. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Haryono, Sugeng. 2018."Pengaruh Penggunaan Website Terhadap Penjualan Produk Pengusaha Umkm Pada Asosiasi Industri Kreatif Depok", Jurnal Sosio\_Ekons, Vol. 10 No. 1.
- Hasil Penelitian We Are Social. "Pengguna Internet di Indonesia" Dalam Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia (Detik.Com), diakses 07 Juni 2021.
- Helianthusonfri, Jefferly.2015. 1 Juta Rupiah Pertama Anda Dari Wordpress. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.
- Henderi,Dkk.2007. Pengertian Media Sosial. Jakarta : Kencana.
- <https://blog.usetada.com/id/rumus-sederhana-untuk-dapatkan-hasil-customer-experience-terbaik> diakses pada 11 oktober 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/10/04/google-pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-tercepat-di-dunia>, diakses pada 07 juni 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/25/ini-media-sosial-paling-populer-sepanjang-april-2020#> diakses pada 08 juni 2021.
- <https://www.indoniaga.co.id/> di akses pada 12 oktober 2021.

<https://www.niagaheber.co.id/blog/conversion-rate-adalah/>, diakses pada 02 oktober 2021.

<https://www.niagaheber.co.id/blog/customer-experience-adalah/>, diakses pada 11 oktober 2021.

<https://www.niagaheber.co.id/blog/digital-Marketing-metric/>, diakses pada 02 oktober 2021.

<https://www.niagaheber.co.id/blog/engagement-rate/>, diakses pada 03 Oktober 2021.

<https://www.proweb.co.id/articles/ultima-erp/channel.html>, diakses pada 12 November 2021.

<https://www.wartaekonomi.co.id/read222062/apa-itu-call-to-action>, diakses pada 02 oktober 2021.

Khabibah, Umi, dkk. 2013. Analisa Perbandingan Efektivitas Sistem Informasi Berbasis WWW.JPL-Polinema.Com Dengan Facebook Jpl Polinema 2 Untuk Pencarian Informasi Lowongan Kerja. Jurnal Profit Vol. 7 N0 1.

Lukitaningsih, Ambar. 2016. Perkembangan Konsep Pemasaran Implementasi Dan Implikasinya. Jurnal Maksipreneur.Vol III, No 1.

Luthfi Kusumatriana, Adam. (ed). 2020. Statistik E- Commerce 2020. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Mamuaja, Brejita. 2016. Analisis Efektivitas Penerapan Sistem Pengendalian Internet Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah Di Dinas Pendapatan Kota Manado. Manado: Jurnal Emba.Vol 4, No 1.

Marbun Bn. 2003. Kamus Manajemen. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Marknesis. 2019. Pemasaran: Strategi, Taktik & Kasus. Bogor: Jelajah Nusa.

Mingkid,Gary Jonathan, dkk. 2017. Efektivitas Penggunaan Dana Desa Dalam Peningkatan Pembangunan. Minahasa Utara: Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan. Vol 2, No 2.

Muljono, Ryan Kristo.2018. Digital Marketing Concept. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Nabila, Dhifa. (ed). 2020. Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. Malang: PT. Citra Intrans Selaras.

- Pinto H, Gabriel. 2015. Analisis Perbandingan Efektifitas Penjualan Online dan Konvensional. Skripsi. Universitas Sanata Dharma.
- Pinto Haryanto, Gabriel. 2015. Analisa Perbandingan Efektifitas Penjualan Online dan penjualan konvensional. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Prasetyo, Andri dan Rahel Susanti. 2016. Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada PT. Cahaya Sejahtera Santosa Blitar, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi Asia (Jitika), Vol. 10, No. 2.
- Prastyo, Elga Aris. 2018. Teknik Bisnis dengan Angka 7. Blitar: Entrepreneur Media Indonesia.
- Pratama Adiputra, Novega. 2020. *Dasar-Dasar teknik Informatika*. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.
- Rafli Aziz Dharmawan. 2018. Perbandingan Efektivitas Iklan Shopee pada Media Televisi dan Youtube (Aurve pada Kalangan Pelajar SMA Negeri 6 Tangerang Selatan Dana SMA Swasta Waskito). Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional.
- Rahmawati. Manajemen Pemasaran. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rizal, Achmad. 2020. Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. Yogyakarta: Grup enerbitan CV Budi Utama.
- Sari, Ratna Sasmita dan Joni Dwi Pribadi. 2016. Analisis Perbandingan Efektifitas Kualitas Informasi dan Kepuasan Pemakaian Media Sosial Facebook dan Instagram. Malang: Jurnal Aplikasi Bisnis. Vol 3, No 1.
- Sasmita Sari, Ratna dan Joni Dwi Pribadi. 2017. Analisis Perbandingan Efektifitas Kualitas Informasi dan Kepuasan Pemakaian Media Sosial Facebook dan Instagram, Jurnal Aplikasi Bisnis ISSN: 24073741 Vol. 3 No 1.
- Sopiah. 2016. Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Penerbit: Alfabeta.
- Sunarto, Andang. 2017. Statistik Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sunyoto, Danang. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Buku Seru.

- Susilowati, Yeni. 2019. Modul E-commerce – Teaching Factory For Students. Jawa Timur: Mutiara Publisher.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Wirata, I Nengah. 2021. Perbandingan Efektivitas Media Konvensional dan Digital Marketing Terhadap Minat Pengunjung Bali Blues Festival Nusa dua Bali. Jurnal Kepariwisata, Vol. 20 No.2 September.