

DAFTAR RUJUKAN

- Abbas, W. (2013). ANALISA KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP WEBSITE UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA (UNY). *Prosiding SNST ke-4*.
- Abdulloh,Rohi.(2018).*7 in 1 Pemrograman Web untuk Pemula*.Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ahmad, Busyari, et al. “Penerapan Studi Lapangan dalam Meningkatkan Kemampuan Analisis Masalah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sosiologi Iisip Yapis Biak)”. *Jurnal Nalar Pendidikan*, Vol. 8 No. 1, 2020, hal. 63-72
- Andirwan Andirwan, dkk.(2023).Strategi Pemasaran Digital : Inovasi untuk Maksimalkan Penjualan Produk Konsumen di Era Digital.*Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*.Vol. 2 No. 1
- Akhlakulkarimah, R., & Anisah, N. (2017, Agustus). EFEKTIVITAS KEGIATAN PUBLIC RELATIONS ONLINE MELALUI WEBSITE SEBAGAI PENDUKUNG STRATEGI PEMASARAN DI HOTEL BAYU HILL TAKENGON. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, II(3)*.
- Albushairi, Siti Aliyati, Nuril Huda, and Ahmad Rifani. 2018. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Arifin,Bustanol, et.al., "KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN,*Jurnal Ekonomi, Keuangan, Bisnis*". Vol. 4 No. 2, Desember 2019.
- Arikunto,Suharsimi.(2002).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto,Suharsini.(2010).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi.Jakarta: Rineka Cipta.
- Riyadi, Aris Susanto Heru Susilo. 2018. “Penggunaan Web Sebagai Salah Satu Pendukung Strategi Pemasaran Produk Oleh Perusahaan Kusuma Agro Industri Batu.” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 5 (2): 76459. <https://media.neliti.com/media/publications/76459-ID-penggunaan-web-sebagai-salah-satu-penduk.pdf>.
- Chakti, A. G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING*.Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Cinthy. (2021). *Apa itu Blog? Kenapa Bisa Membantu Strategi Pemasaran?* Retrieved

- from accurate.id: <https://accurate.id/digital-marketing/apa-itu-blog/>, diakses pada 20 April 2024.
- Darma. (2006). *Mobile Marketing: Sebuah Strategi Keunggulan Bersaing Online*. Denpasar: Undiknas Press.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Salimiyah, Vol. 1(2)*, 197.
- Fitah, Annisa & Besra, Eri. "Pengaruh *Website Quality* dan *Website Brand* Terhadap Minat Beli *Online* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen *Shopee* Kota Padang), Jurnal Riset Bisnis". Vol. 4 No. 2, April 2021
- Ghon, Djunaidi & Almanshur, Fauzan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Halo Edukasi.com, "7 Unsur-Unsur *Website* dan Penjelasannya", dalam <https://haloedukasi.com/unsur-unsur-website>, diakses pada 05 Mei 2024, pukul 09.35
- Hanifah, Nurul & Rahadi, Dedi Rianto, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara *Online* Pada Masa Pandemi Covid-19, Jurnal Manajemen dan Keuangan". Volume 8 No. 2 tahun 2020
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE DI KOTA MEDAN. *Jurnal Bisnis Administrasi, Vol. 6(1)*.
- Handayani, Fitri, et.al. "Penerapan Strategi Pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) pada Usaha Toreko, *Empiricism Journal*". Vol. 4 No. 2, Juni 2023
- Harisyah, M. A. (2015). Pemanfaatan Jurnal Elektronik Oleh Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin Makassar. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al- Hikmah, Vol. 3(1)*.
- Haryanto, T., & Azizah, S. N. (2021). *Pengantar Praktis PEMASARAN DIGITAL*. Purwokerto: Pengantar Praktis PEMASARAN DIGITAL.
- Haryono, Sugeng, Pengaruh Penggunaan *Website* Terhadap Penjualan Produk Pengusaha Umkm Pada Asosiasi Industri Kreatif Depok, *Jurnal Sosio E-Kons*, Vol. 10 No. 1, 2018
- Hendrawan, Henky. "Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary, Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen". Vol. 7 N. 2, tahun 2021.
- Herdiansyah, Haris. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Grup*. Jakarta: PT Raja

Grafindo Persada.

- Hotman, M. Siahaan. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Karamoy, Sandy Wulan, *STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN PRODUK KPR BNI GRIYA*, Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 3, 2013, hal. 564
- Keller, K. d. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga .
- Kloter, & Keller. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kristiyanti, M. (2015). *Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang*. *JURNAL APLIKASI MANAJEMEN, VOLUME 13(2)*, 187.
- Lavianto, Sephy. " IMPLEMENTASI PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* PADA CV. SINAR MAS JAYA PERMATA, *Jurnal Ekonomi Bisnis*".Vol. 22 No. 1, Juni 2023
- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). PENERAPAN TEKNIK *SEO* (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) PADA *WEBSITE* DALAM STRATEGI PEMASARAN MELALUI INTERNET. *Jurnal ComTech, Vol. 5 (2)*, 1050.
- Mangu, B., & Beni, S. (2021). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, *TARGETING, POSITIONING*(STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM KOTA BENGKAYANG. *Jurnal Sebatik, Vol. 25(1)*.
- Maleong, Lexy J.(2014).*Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Maslukhi, Ahmad Rukhy, et.al., "Analisis Segmenting, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) Dalam Memenuhi Pangsa Pasar Pada Makaroni Ashobar, *Jurnal JIAGABI*".Vol. 14 No. 2, Juli 2023
- Maulana, Huda dan Soepatini.2021.*Segmenting, Targeting, dan Positioning: Mengapa, Apa dan Bagaimana*.Surakarta: Muhammadiyah University Press
- Mauludin, M. Soleh, et.al., "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di *E-commerce*. *Proceedings of Islamic Economic, Business, and Philanthropy*", Volume 1 No. 1 tahun 2022
- Miles, Huberman, dan Saldana.(2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. United States Of America: SAGE Publication.
- Nanda, Y. A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif Bagi Pengguna *E-*

- commerce. Jurnal Manajemen Dan Inovasi, Vol. 1(1), 12.*
- Nasrullah, R. (2017). *BLOGGER DAN DIGITAL WORD OF MOUTH: GETOK TULAR DIGITAL ALA BLOGGER DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DI MEDIA SOSIAL. Jurnal Sositologi, Vol. 16(1), 4-6.*
- Nazir.(1988).*Metode Penelitian.*Jakarta: Ghaia Indonesia.
- Okta Nofri, and Andi Hafifah. 2018. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar.” *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi* 5 (1): 113–32. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.5054>.
- Purwanto, Anim.(2021).*Konsep Dasar Penelitian Kualitatif: Teori dan Contoh Praktis.* Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Rachmadi,Tri.(2020).*The Power Of Digital marketing.*t.t.p.: TIGA Ebook.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran.* Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rauf ,Abdul, dkk.(2021).*Digital marketing : Konsep dan Strategi.*Cirebon: Insania
- Rosyad, A. M. (2019). Implementasi Pendidikan Karakter melalui Kegiatan Pembelajaran di Lingkungan Sekolah. *Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan, Vol. 5 (02)*
- Rosyda. n.d. “Teori Perilaku Konsumen: Pengertian, Faktor Dan Aplikasi Dalam Bisnis.” No Date. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-perilaku-konsumen/>.
- Rosyida, M. (2022). *Ketahui Perbedaan Blog Dan Website Beserta Contohnya Sebelum Membuat.* Retrieved from DomaiNesia: <https://www.domainesia.com/berita/perbedaan-blog-dan-website/#:~:text=Menurut%20Wikipedia%2C%20web%20blog%20atau,setiap%20halaman%20terdapat%20tulisan%2Dtulisan>.
- Rukin.(2019). *Metodologi Peelitian Kualitatif.* (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indoesia).
- Sa'ad,Muhammad Ibnu.(2020).*Otodidak Web Programing: Membuat Website Edutainment.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, et al. “ Analisa Perilaku Konsumen : Strategi Memenangkan Persaingan Bisnis Di Era Ekonomi Digital “. *Jurnal Teknologi Terapan.* Vol.4 o. 1, 2020.
- Sanjaya,Ridwan dan Tarigan, Josua.(2009).*Creative Digita Marketing.*Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siyoto, Sandu & Sodik, M. Ali.(2015). *Dasar Metodologi Penelitian.*Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subagiyo,Rokhmat.(2017).*Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan*

Penerapan.Jakarta Timur: Alim's Publishing.

- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *PEMASARAN DIGITAL*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Suhono, A., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2020). ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA INDUSTRI KERAJINAN MARMER DI KABUPATEN TULUNGAGUNG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 14 (2)*, 327.
- Syafii,Muhamad dan Budiyanto,Nugroho Eko."Penerapan *Digital marketing* dengan Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*". Vol. 4 No. 1, Maret 2022.
- Tonda, F., Hanif , M. R., & Tyas, T. S. (2022). LITERATURE REVIEWDETERMINASI PERILAKU KONSUMEN: KEBUDAYAAN, SOSIAL DAN PRIBADI. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial, Vol. 3(2)*.
- Vermast,Sebok, et.al.,(2018).*Discovering Computer 2018 (Digital Technology, Data, and Device)*.Boston Cengage Leaming.
- Wati, Andy Prasetyo, dkk.(2020). *Digital marketing*.Malang : Edultera, Cetakan 1.
- Zaki ,Ali.(2013).*Kiat Jitu Membuat Website Tanpa Modal*.Jakarta; Elexmedia Komputindo.