

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Moh. Muhlis. T.t. “Marketing Mix dalam Perspektif (Konvensional dan Syariah)”. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol 6. No 1.
- Artanto, Hadian & Nurdiansyah, Firman. 2017. “Penerapan *SEO (Search Engine Optimization)* untuk Meningkatkan Penjualan Produk”. *Journal of Information Technology and Computer Science*. Vol. 1 No. 2.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ayesha, Ivonne, et.all. 2022. *Digital Marketing*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- GPP, Anju, et.all. 2022. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan pada Perusahaan Subsektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 14. No. 2.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Hapsari, Mega Tunjung. 2022. “Halal *fashion*: Strategi Pemasaran dengan *Marketing Mix 9P*”. *Journal of Halal Industry Studies*. Vol 1. No 1.
- Jannah, Mukhlisotul. t.t. “Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Tingkat Penjualan terhadap Laba Kotor”. *Jurnal BanqueSyar’i*. Vol 4. No 1.
- Kotler & Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid I*. Bandung: Erlangga.
- Krisdiana, Desi. 2022. “Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Tanaman Eco Bibit Desa Juwet Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk”. *Skripsi*. Tulungagung: t.p.
- Lady, D., & Meiva, ES. 2018. “Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi pada MIN 18 Jakarta”. *Jurnal Widya Cipta*. Vol II. No1.
- Lestari, Dyah Ayu. 2022. Strategi Pemasaran CV. Fatimah dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi*. Tulungagung: t.p.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Miratama, Yuana. 2021. "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pabrik Pengolahan Ikan Beku UD. Jaya Abadi di Watulimo, Trenggalek". *Sripsi*. Tulungagung: t.p.
- Moekjizat. 2000. *Kamus Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Mustofa, Imam. 2016. *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nawari & Ulfa, Lina Auliya. 2020. "Penerapan *Marketing Mix* pada Strategi Pemasaran Konvensional dan *Digital*". *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*. Vol 5. No 2.
- Ningrum, Dyaloka Puspita. 2020. "Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat di Kota Yogyakarta". *PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*. Vol 3. No 1.
- Ningrum, Evi Septiyo. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Konvensional pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kerupuk Cap Nangka Bapak Subiono di Era Digitalisasi di Desa Candisari Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan". *Skripsi*. Tulungagung: t.p.
- Prasetyo, Andri & Susanti, Rahel. 2016 "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada PT. Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar". *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA*. Vol 10. No 2.
- Putra, Martin Priyono. 2018. "Analisis Pemasaran Produk Pertanian secara Online dan Konvensional (Studi Kasus di Toko Online Agrowing)". *Skripsi*. Malang: t.p.
- Saputra & Ardani. 2020. "Pengaruh *Digital Marketing*, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian". *E-Jurnal Manajemen*. Vol 9. No 7.
- Sari, Santy Permata. 2020. "Strategi Meningkatkan Penjualan di Era Digital". *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*. Vol 3. No 3.

- Setiawati, Ira & Penta, Widyartati. 2017. “Pengaruh Strategi Pemasaran *Online* terhadap Peningkatan Laba UMKM”. *Jurnal Bingkai Manajemen*. Vol 1. No 1.
- Sholihin, Ismail. 2007. *Memahami Business Plan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tarmizi & J Firmansyah. 2020. “Sistem Penjualan *Online* dengan Strategi Pemasaran *Cross Selling*”. *Jurnal of Informatics and Computer Science*. Vol 6. No 1.
- Triwardhani, Diana. 2020. “Pengaruh Promosi *Digital* pada Keputusan Pembelian Adensi Iklan *Online*”. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*. Vol. 16. No. 3.
- Untari, Dewi & Fajariana, Dewi Endah. 2018. “Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik)”. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*. Vol. 2. No. 2.
- Utami, Ayda & Nonong, Andi. 2022. “Digital Marketing dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah”. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol 19. No 1
- Wahdaniah, Infra & Sari, Afrina. 2020. “Pembeli adalah Raja: Strategi Komunikasi Pemasaran Konvensional Warung Spesial Sambal Menghadapi Persaingan Pasar Modern”. *Journal of Servite*, Vol 2 No 1.
- Wibowo, Dimas Handika, et.all. 2015. “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada Batik Diajang Solo)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 29. No.1.
- Widiati, Ari. 2019. “Peranan Kemasan (*Packaging*) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak”. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*. Vol.8. No.2.
- Yulinda, Viranita Esa. 2021. “Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen pada 3 Toko Fashion dan Aksesoris di Kabupaten Tulungagung”. *Skripsi*. Tulungagung: t.p.