

DAFTAR RUJUKAN

- Agustin, Vika. "STRATEGI PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING, HARGA DAN BRAND IMAGE UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA E- COMMERCE SHANIE STORE," t.t.
- Ajeng Aquinia, Niken Faradilla Sandy. "PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG (Studi Pada APOTIK K24 CABANG GUBUG)." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (t.t.).
- Albi Anggito, Johan Setiawan. "Metodologi Penelitian Kualitatif" (Jawa Barat: CV. Jejak. 2018).
- Alda Dhiya Naufal, Suci Fika Widyana. "Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia)." *Politeknik Pos Indonesia* Volume 8, Nomor 2 (2018).
- Anggie retno pangestu. "Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya". *jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Anggraeni, Geofanny Puspita, Anita Kartika Sari, Miya Dwi Suprihandari, dan S Pd. "PENGARUH BIAYA PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL (FACEBOOK DAN INSTAGRAM) TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA JASA CATERING 'SEDULURAN.'" *Jurnal Akuntansi*, 2020.
- Amruddin, et al., "Metodologi Penelitian Ekonomi Islam". (Jakarta: PT. Publica Indonesia Utama. 2022).
- Arlinda, Shabrina, dan Junaidi Hendro. "Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat." *IKRAITH-EKONOMIKA* 7, no. 2 (27 Juni 2024): 184–92. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3347>.
- Azmi Fadhillah, Dian, dan Tami Pratiwi. "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 12, no. 1 (1 Maret 2021): 17–22. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>.
- Az-Zahra, Penny, dan Arti Sukmalengkawati. "PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 3 (22 Desember 2022): 2008–18. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>.
- Bagaskara, Whicka Gayuh, dan Muhammad Anasrulloh. "STRATEGI PEMASARAN ONLINE (DIGITAL MARKETING) GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN IKAN HIAS CUPANG DI SUMDE CUPANG TULUNGAGUNG." *JURNAL ECONOMINA* 2, no. 7 (7 Juli 2023): 1653–65. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i7.661>.
- Bahrussyah, Muhammad Anza. "Pengaruh bauran promosi dan brand JMSAB awareness terhadap minat beli topi kulit eervoleather," t.t.
- Chusnah, Asma'ul. "PENGARUH KONDISI PANDEMI PADA PERMINTAAN PASAR FAST FOOD," t.t.
- Dr. Asniwati, S.E., M.M, Fitriani Latief, S.P., M.M. *Manajemen Pemasaran*. PENERBIT NOBEL PRESS (ITB NOBEL INDONESIA) Anggota APPTI Kampus ITB Nobel Indonesia, Jalan Sultan Alauddin No. 212 Makassar, 2023.
- Fitria Widiyani Roosinda. "Metode Penelitian Kualitatif" (Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING. 2021).
- Haryanti, Sri, dan Bambang Mursito. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL

UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BATIK PADA PT.
DANAR HADI SURAKARTA,” t.t.

- Indrapura, Putri Fauziah Sri, dan Uus Mohammad Darul Fadli. “ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DI PERUSAHAAN CIPTA GRAFIKA.” *JURNAL ECONOMINA* 2, no. 8 (7 Agustus 2023): 1970–78. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>.
- Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Qurtubi Qurtubi, Wahyudhi Sutrisno, dan Chancard Basumerda. “Analisis Strategi Digital Marketing pada Toko Online Usaha Kecil Menengah.” *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* 7, no. 2 (28 Desember 2021): 121–28. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>.
- Ismail Nurdin, Sri Hartati. “Metodologi Penelitian Sosial”. (Surabaya: Media Sahabat Cendekia. 2019).
- Jayanti, Dewi. “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN KULINER DALAM PERSPEKTIF ISLAM.” *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2022): 128.
- Kiswanto, Joshua David, Harold Hursepuny, Deflin Tresye Nanulaita, dan Simson Melmambessy. “JURNAL ADMINISTRASI TERAPAN VOL 2, NO. 2, SEPTEMBER 2023” 2, no. 2 (2023).
- Krisnawati, Devi. “PERAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA STRATEGI PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI UMKM DI INDONESIA.” *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 6, no. 1 (9 Februari 2018). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>.
- Laila Fitria, Fauzi Arif Lubis, dan Nurbaiti Nurbaiti. “Analisis Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Suhada Grup.” *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL* 5, no. 3 (17 April 2024): 212–23. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i3.1904>.
- Mawardi Nur, Diana Eri Syafitri. “Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah)” Vol.1 No.2 (t.t.).
- Mohamad, Roni, dan Endang Rahim. “STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH” 2 (2021).
- Muhammad Rizal Pahlevi Annur, et al. “Metode Penelitian Kualitatif” (CV. Pradina Pustaka Grup. 2022).
- Muri Yusuf. “Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan” (Jakarta:Kencana. 2017).
- Nurasyah, Mila Sari, dan Uus Mohammad Darul Fadli. “STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN PADA UMKM WARUNG JEPANG MAMI ALE TELAGASARI.” *PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 3 (15 Juni 2023): 322–30. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.151>.
- Nurfitria, Nissa, dan Dra Retno Hidayati. “ANALISIS PERBEDAAN OMZET PENJUALAN BERDASARKAN JENIS HAJATAN DAN WAKTU (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang),” t.t.
- Nurma Dewi, Arsha, dan Donny Setiawan. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot).” *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (9 Januari 2024). <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>.
- Nurwidi, Dini, Khusnul Tri Prasetyo, dan Muhammad Iqbal Putra Isandi. “ANALISIS PENERAPAN TRANSPARANSI HARGA BERDASARKAN PRINSIP EKONOMI ISLAM : STUDI KASUS RUMAH MAKAN MADANG MURAH NASI BERJAMUR KARTASURA” 17, no. 2 (2025).

- Pangestu, Anggie Retno. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PERLENGKAPAN ABRI SANTY SEMBADA 10 SURABAYA" 12 (2023).
- Philip & Keller Kotler. Kevin. *Marketing Manajemen*. (Yogyakarta: Andi. 2012).
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET" 7, no. 1 (2021).
- Rahmawati, Eko Agus Setiawan, dan Muinah Fadhilah. "Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta." *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan* 2, no. 4 (5 Desember 2023): 287–92. <https://doi.org/10.55826/tmit.v2i4.286>.
- Rosdiaana sijabat, S.E., M.Si., Ph.D. dan dr. (cand) aditya wardhana, S.E., M.M., M.Si. *bisnis digital*. kota bandung-jawa barat: cv. media sains indonesia, february 20.
- Safitri, Pony, dan Zakia Fajrin. "STRATEGI BISNIS DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH KOPIAH RESAM MENTARI KOTA PANGKALPINANG." *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 22, no. 1 (12 Oktober 2019): 61–74. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v20i1.390>.
- Sasambe, Greini, James D. D. Massie, dan Mirah Rogi. "PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI FRESHMART SUPERSTORE BAHU MANADO TERKAIT PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DALAM PENCEGAHAN COVID19 (STUDI PADA KONSUMEN FRESHMART SUPERSTORE BAHU MANADO)." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11, no. 3 (18 Juli 2023): 186–95. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48358>.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. "Metode Penelitian Manajemen". (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Suprpto, Hery. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN ANTAR JASA PENGINAPAN DI KOTA LAMONGAN (STUDI PADA HOTEL MAHKOTA LAMONGAN)." *JURNAL MANAJEMEN* 4, no. 3 (14 Oktober 2019): 1049. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.271>.
- Susilowati, M. D. Kharis Rifai, Iwan Sagita Hadikusuma, dan Apriliani Dewi Kusumaningtyas. "ANALISIS VARIABEL MARKETING MIX TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DIGITAL (STUDI KASUS PADA TOKOGUDANG KOSMETIK PURWOKERTO)." *E-logis : Jurnal Ekonomi Logistik* 6, no. 1 (6 Desember 2023): 101–13. <https://doi.org/10.70375/e-logis.v6i1.62>.
- Syafitri, Diana Eri, dan Mawardi Nur. "Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah)." *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (16 Agustus 2024). <https://doi.org/10.62108/great.v1i2.736>.
- Tito, Anita Chrishanti Puteri, dan Claudy Gabriella. "Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai." *Jurnal Akuntansi Maranatha* 11, no. 1 (7 Mei 2019): 98–114. <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>.
- Trimalika, Hajar, dan Ismi Iftikad. "Analisis Strategi Penetapan Harga, Kualitas Produk dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian di UD Ragil Diesel Kepanjen." *JOURNAL ISLAMIC BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP* 2, no. 2 (6 Agustus 2023): 30–39. <https://doi.org/10.33379/jibe.v2i2.2864>.
- Urva, Gellysa, Merina Pratiwi, dan Amiroel Oemara Syarief. "Optimalisasi Media Sosial

- Sebagai Penunjang Digital Marketing” 2, no. 1 (2022).
- Paluseri. “Kondensasi dalam Analisis Data penelitian Kualitatif”.<https://kacamatapustaka.wordpress.com/author/paluseri/>. 31 Januari 2024.
- Walangitan, B Y, L O H Dotulong, dan J G Poluan. “PENGARUH DISKON HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN MAXIM DI KOTA MANADO)” 10, no. 4 (2022).
- Widiastuti, Tri. “STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN PALUSERI. “Kondensasi dalam Analisis Data Penelitian Kualitatif”. 31 Januari 2024. PENJUALAN JAJAN TRADISIONAL UMKM DI KELURAHAN MLATIBARU SEMARANG.” *Jurnal Riptek* 15, no. 1 (1 Desember 2021): 64–69. <https://doi.org/10.35475/ripte.v15i1.116>.
- Yayat Sudaryat. “Model Pengembangan Karya Ilmiah Bidang Pendidikan Islam”. (JawaTengah: Lakeisha. 2022