

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Agustin, D., Utami, S. S., Kushariyadi, K., Suprayitno, D., & Dwiwijaya, K. A. (2024). *Pengantar Manajemen: Teori komprehensif pada era revolusi industri 4.0 menuju era society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ahmad, I., Kom, S., Kom, M., Djajasinga, I. N. D., Astuti, S. D., Sanny, A., ... & Mekaniwati, A. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Akbar Bahtiar, S. E., Mariani Alimuddin, S. E., Tatang Rois, S. E., Christianingrum, S. P., Nurcholifah, I., Rendy Sudirman, S. E., ... & MT, M. (2024). *Manajemen Pemasaran*. CV Rey Media Grafika.
- Akbar, M., & Nadia, A. (2021). Pengaruh Strategi Bersaing Terhadap Tingkat Volume Penjualan Sparepart Pada PT. Morita Tjokro Gearindo Di Jakarta. *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 2(2), 41-48.
- Alfiyanto, A., Wanda, E., MM, S., Rosdiana, S. E., Adria, S. E., Widya Winarni, S. A. P., ... & Deby Santyo Rusandy, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Selat Media.
- Amanda, S. R. (2022). Strategi Pemasaran Digital Marketing untuk meningkatkan jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok: Studi kasus: Tiara Sentosa Tours & Travels. *Journal of Mandalika Review*, 1(1), 18-22.
- Andiaskiton, M. (2021). Pengaruh Harga, Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan Sepeda Motor Honda Vario 150 Pada PT. Pilar Deli Labumas II. *Jurnal Ilmiah SMART*, 5(2), 332-346.
- Andrian, Nursal, F., Jumawan, & Hadita (2022). *Manajemen Pemasaran*. Rena Cipta Mandiri.
- Anwar, M. S. (2022). Analisis QoS (Quality of Service) Manajemen Bandwidth menggunakan Metode Kombinasi Simple Queue dan PCQ (Per Connection Queue) pada Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara. *sudo Jurnal Teknik Informatika*, 1(2), 82-97. Diakses 13-03-2024: <https://doi.org/10.56211/sudo.v1i2.24>

- Asyisyifaa, W. O. N., Putera, A., & Putri, T. N. (2024). Analisis penerapan digital marketing dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 16(2), 38-47.
- Aulia, B. S., & Umami, N. A. (2023, November). Pengelolaan Kearsipan pada Kantor Kelurahan Cisarua Kota Sukabumi. In *SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi dan Riset Terapan)* (Vol. 5, pp. 147-155) diakses 5-03-2024
- Badan Pusat Statistik. 2020. Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2020. Jakarta : Badan Pusat Statistik.
- Cipta, H. (2022). Pengaruh Penjualan Online Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Ventela Borneo Pangkalan Bun. *Magenta*, 11(1), 29-36.
- Erina Alimin, Eddy, Diana Afriani, Nendy Pratama Agusfianto, et al. (2022). *Manajemen pemasaran (Kajian pengantar di era bisnis modern)*. Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Erwin Asidah, S. E. (2022). *Etika Bisnis Era Millenial*. Penerbit P4I.
- Erwin, E., Cindrakasih, R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran Digital: Teori dan Implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fachrurazi, H., Dhiana Ekowati, S. E., Yoeliastuti, S. P., Sri Rusiyati, S. E., Haryati La Kamisi, S. P., Nurkadarwati, S., ... & Rahmat Hidayat, S. E. (2022). *Pengantar Manajemen*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Fatma, N., Alimuddin, M., & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Nas Media Pustaka.
- Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan digital marketing sebagai upaya pengembangan strategi pemasaran produk umkm batik Di kelurahan gedog Kota blitar. *Transformasi dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 60-72.

- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi_strategi digital marketing bagi UMKM (usaha mikro kecil menengah) untuk bersaing di era pandemi. *Competitive*, 16(1), 32-41.
- Hamzali, S., S IP, M. M., Tapaningsih, W. I. D. A., SP, M., Nurhidayah, R. E., Kp, S., ... & Fauzi, H. (2022). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi*. Pascal Books.
- Huda, N., & Munandar, A. (2021). Pengaruh digital marketing dan network dalam meningkatkan kinerja umkm di masa pandemi covid-19. *Journal Scientific of Mandalika (JSM) e-ISSN 2745-5955/p-ISSN 2809-0543*, 2(9), 470-480.
- Hulu, Y. W., Mendrofa, S. A., Gea, N. E., & Zai, K. S. (2023). Analisis Promosi Hubungannya Dalam Peningkatan Penjualan Pada Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 807-819.
- Ilyas, A., Iswahyudi, M.S., Waty, E., Munawar, A., Irmadiani, N.D., Dagustani, D., Mon, M.D., Mardiana, S., Aulia, D. I., Barlian, A. (2023). BUKU AJAR MANAJEMEN STRATEGI. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ilyas, Y., & Mujito, S. E. (2023). *Manajemen Strategik: Implementasi Strategi dalam Organisasi dan Bisnis*. Selat Media.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83-93.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., ... & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jayabaya, P., & Madiawati, P. N. (2018). Pengaruh penerapan bauran pemasaran digital terhadap minat beli pengguna kereta api melalui aplikasi mobile KAI Access. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 113-126.

- Juliana, Pramezwary, A., Djakasaputra, A., & Tarigan, S. A. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen*. Penerbit NEM.
- Junita, J., Nasution, A. P., & Simanjorang, E. F. S. (2020). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Brand Preference Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Bintang Terang Motor Rantauprapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 1-8.
- Kurniawan, W. (2021). Pengaruh Online *Marketing* Dan Direct Selling Terhadap Minat Beli Produk Fort.id. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 6(2), 143–151. Diakses 16-09-2024: <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2074>
- Labanu, Y. A., Sumampouw, H. J., & Tamengkel, L. F. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Sigrada Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(001).
- Lailla, N., Tarmizi, I., & Septiani, W. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM Di Tengah COVID 19 Studi Kasus Di UMKM Depok. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 20(1), 77-88.
- Marnoto. (2024). *Digital Marketing*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Maulida, H., Arifin, J., & Avriyanti, S. (2021). Pengaruh E-Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Produk Di Tanjung Tabalong (Pada Studi Kasus Network Marketing Distributor PT HWI). *JAPB*, 4(1), 230-240.
- Megasari, C., & Latif, B. S. (2022). Pengaruh Design Interior Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Hotel Sotis Kemang. *Media Bina Ilmiah*, 17(5), 795-802.
- Mulyadiono, A. (2021). Pentingnya Manajemen Olahraga Terhadap Perkembangan Prestasi Dan Pembinaan Tim Futsal Sumur Waru. *Jurnal Edukasimu*, 1(3). Diakses 05-03-2024.
- Nabila, L. A., & Rumini, R. (2021). Manajemen Sarana Dan Prasarana Ekstrakurikuler Bola Basket Di Ite College East Singapore Tahun 2019. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 2(2), 427-431. Diakses 5-03-2024: [10.15294/inapes.v2i2.45137](https://doi.org/10.15294/inapes.v2i2.45137)

- Novitasari, E. (2020). *Dasar-Dasar Ilmu Manajemen: Pengantar Menguasai Ilmu Manajemen*. Anak Hebat Indonesia.
- Oktaviani, V. P., Suci, R. P., & Hermawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Customer Trust sebagai Vaariabel Mediasi (Studi pada Konsumen Perumahan Graha Singhajaya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 27-38.
- Pebi Kurniawan, S. E., Yohny Anwar, M. M., & Ali Jufri, S. E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Selat Media.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Pascal Books.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan studi kasus sebagai metode ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126-136.
- Prilnes, C. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Di Pt. Bina Usaha Mandiri Sejahtera Medan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 40-52.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian online. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25-36.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.
- Rifqi Suprpto, S. P., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Rohmah, A. N., & Rahayu, M. N. M. (2023). Big Five Personality Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk *Fashion* Mahasiswa Psikologi Uksw. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 6(1), 18-27. Diakses 11 November 2024 : <https://doi.org/10.31293/mv.v6i1.6507>
- Sampe, F., Pakiding, D. L., Yuniar, C. R., Polimpung, L. J. C., Ambartiasari, G., Margono, B., ... & Sastaviana, D. (2023). *Ekonomi Manajerial & Strategi Bisnis*. Sada Kurnia Pustaka.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursa'idah. (2021). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

- Safitri, N. E., Wahana, A. N., Mulyani, I. D., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Digital Marketing terhadap Volume Penjualan UMKM Mitra Mandiri Brebes. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 68-78.
- Septiani, R. A. D., & Wardhana, D. (2022). Implementasi program literasi membaca 15 menit sebelum belajar sebagai upaya dalam meningkatkan minat membaca. *Jurnal Perseda: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 5(2), 130-137.
- Septiani, S., Leda, J., Saptadi, N. T. S., Nugraha, T., Mardhiyana, D., Romadhon, K., ... & Malahati, F. (2024). *Pengembangan Kurikulum: Teori, Model, dan Praktik*. Sada Kurnia Pustaka.
- Siagian, M., Kom, S., Sunargo, S. E., Khoiri, M., Rustam, T. A., & Wasiman, S. E. (2022). *Pengantar Manajemen* (Vol. 1). CV BATAM PUBLISHER.
- Sudiyanto, T. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Perumahan Pada PT. SAP Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 1(2).
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Telaumbanua, T. P., Bate'e, M. M., Mendrofa, Y., & Harefa, I. (2025). Pengaruh Harga Terhadap Tingkat Penjualan Pada Apotek Wisna Di Kota Gunungsitoli. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 334-350.
- Utomo, J., Nursyamsi, J., & Sukarno, A. (2023). Analisis pengaruh produk, promosi dan digital marketing terhadap keputusan pembelian pada belanja online dengan kepuasan konsumen sebagai intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 100-116.
- Wariyanti, S., Liberty, L., & Imtihanah, A. N. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Home Industry Roti Al Mustofa di Metro. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 9(02), 151-168.
- Widiastuti, T. (2021). Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional Umkm Di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(1), 64-69.

Yulia, N., & Isyanto, P. (2024). Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Di Tiket.com. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 514-520. Diakses 10 November 2024 : <https://doi.org/10.32672/jseb.v7i2.7767>