

DAFTAR PUSTAKA

[1]	Aisyah Putri Nabila, N. Z. (2024). Analisis STP Pemasaran dan 4P Pada Usaha Wonton. <i>Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)</i> .
[2]	Akbar, M.A., dan Alam, N.A. (2020). <i>E-commerce teori dalam bisnis digital</i> .
[3]	Alma, Buchari., Djaslim Saladin. (2019). <i>Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa</i> . Bandung, Alfabeta.
[4]	Arif Budi Sulistyo, A. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan 4P pada Keramik (Studi Kasus: PT. Sahabat Keramik Anugerah). <i>Jurnal Teknik Industri</i> .
[5]	Arikunto. (2022). <i>Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek</i> . Jakarta: PT. Rineka Cipta.
[6]	Danang, Sunyoto. (2019). <i>Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)</i> . Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
[7]	Deni Saputra, S. A. (2021). Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran STP Dan Bauran Pemasaran Kopi Tepal Studi Kasus UMKM Puncak Ngengas . <i>Jurnal Food & Agroindustry</i> .
[8]	Hasan, M., et al. (2022). <i>Metode penelitian kualitatif</i> . Tahta Media Group.
[9]	Ida Hidayah, T. A. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. <i>Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Semarang</i> .
[10]	Jennifer Christiani, A. F. (2022). Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4P Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. <i>Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis. Jurnal Liquidity</i> , Vol. 2 No.1, hlm. 67
[11]	Kemp, S. (2023). <i>Statistik media sosial global</i> . Retrieved from DATAREPORTAL: https://datareportal.com/social-media-users
[12]	Kemp, S. (2023, Januari 26). <i>Digital 2023: Global Overview Report</i> . Retrieved from DATAREPORTAL: https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report
[13]	Kotler, & Keller. (2021). <i>Intisari Manajemen Pemasaran</i> Penerbit Andi.
[14]	Kotler, Philip., Gary Armstrong. (2019). <i>Principles of Marketing</i> . Harlow, Pearson Education.
[15]	Laksana, Fajar. (2019). <i>Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis</i> . Yogyakarta, Graha Ilmu.

[16]	Lestari, F. A. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. <i>Sosio E-Kons.</i>
[17]	Nabilla S. Beu, S. M. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado. <i>Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.</i>
[18]	Nurmgani, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industri Sumaba Batik Kroya – Cilacap). <i>Jurnal Manajemen dan Ekonomi. PADA DUNIA BISNIS.</i> Retrieved from Duta Mandiri Training: https://duta-training.com/perkembangan-teknologi-informasi-ti-pada-dunia-bisnis/
[19]	Putri, P. M., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. <i>Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah</i> , Vol 5 No 1.
[20]	Rahman, F., & Mawardi, M. K. (2017). Strategi UMKM dalam membangun brand toko online di marketplace (Studi pada komunitas tokopedia di Kota Bekasi). <i>Jurnal Administrasi Bisnis</i> , 53(1), 39–48.
[21]	Rangga Maulana, C. P. (2022). Komunikas Pemasaran T&T Store Pada Fitur- Fitur Shopee Dalam Meningkatkan Penjualan. <i>Hybrid Advertising Journal.</i>
[22]	Riswandi, D. (2019). Transaksi Online (E-Commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. <i>Jurnal Econetica</i> , 1(1), 1-13
[23]	Rivani Fardiana Putri, E. W. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia yang Mendunia. <i>TRANSEKONOMIKA : Akuntansi, Bisnis dan Keuangan.</i>
[24]	Riyanto Setiawan Suharsono, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. <i>Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis.</i>
[25]	Rizqi Putra Ramadhan, O. L. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makroni Kriukzz. <i>Jurnal Bina Bangsa Ekonomika.</i>
[26]	Siti Majidah, I. I. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P Di Era 5.0 Berbasis Maqasid Syariah. <i>Jurnal Hukum Ekonomi Syariah.</i>
[27]	Siti Maryam, Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha, <i>Jurnal Liquidity</i> , Vol. 2 No.1, hlm. 67
[28]	Stainback, Susan. (2022). <i>Pengertian Wawancara. dikutip dalam Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.</i> Bandung: Alfabeta.
[29]	Sugiyono. (2019). <i>Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D.</i> Bandung, Alfabeta.

[30]	Sugiyono. (2021). <i>Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, Edisi Kedua</i> . Bandung, Alfabeta.
[31]	Sugiyono. (2022). <i>Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D</i> . Bandung: Alfabeta.
[32]	Susanto, S., & Sari, A. (2020). Strategi komunikasi pemasaran jam tangan Matoa dalam meningkatkan brand awareness. <i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i> .
[33]	Tjiptono, Fandy. (2019). <i>Strategi Pemasaran</i> . Yogyakarta, Andi Publisher.
[34]	Tjiptono, Fandy. (2020). <i>Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4</i> . CV. Andi, Yogyakarta
[35]	Ulandari, O. (2023). Efektivitas Marketing Mix 4P Terhadap Penjualan BumDes "Sumber Rezeki Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung". <i>Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)</i> .
[36]	Webduta. (2021, Juli 27). <i>PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI (TI)</i> Yayasan Kita Menulis. Medan.