

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening Media Pumblishing. www.bening-mediapublishing.com
- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Amalia, S. R., Relifra, Muniroh, & Astutik, E. P. (2024). *BUKU REFERENSI MANAJEMEN PEMASARAN BISNIS*. PT. Media Penerbit indonesia.
- Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Kedai Kopi Batang Kopi Kecamatan Batang Serangan. (2023). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 3(1), 105–113.
- AR, E., Ismandra, & Septia, F. (2023). PENGARUH HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BAKSO MULYONO PALEMBANG. *Jurnal Majalah Ilmiah Manajemen*, 12(01), 8–14.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Arislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Digital*. Mitra Ilmu.
- Armanto, R., & Gunarto, M. (2022). Analisis Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Perumahan: Studi Empiris Penggunaan Iklan Facebook dan Instagram. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(1), 45–55. <https://doi.org/10.47747/jbme.v3i1.626>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*. [http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL MARKETING.pdf](http://repository.ibik.ac.id/1470/1/DIGITAL%20MARKETING.pdf)
- Baene, E. (2024). *Kewirausahaan* (R. Y. Saputri (Ed.); 1st ed.). Yayasan Putra Adi Dharma.
- Baene, E., Mendrofa, Y., Gea, J. B. I. J., Zebua, E., Harefa, P., Harefa, I., Mendrofa, M. S. D., Laia, O., Gea, N. E., & Zalukhu, Y. (2023). *Manajemen Pemasaran*. CV. Future Science.
- Bambang Riono, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Kredit, Prosedur Pemberian Kredit, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Simpan Pinjam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 375–386. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.508>
- Darmawan, A. K., Muhsi, Umam, B. A., Wajieh, M. W. Al, Ariyanto, F., & Umamah, N. (2022). Sosial Media Analytics. In *Media* (Vol. 58, Issue 10). Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju.

- Darsana, I. M., Salijah, S. R. E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2022). Strategi Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 0). CV. Intelektul Manifes Media.
- Dewi, N. A., Hariani, A., & Ritonga, P. P. (2023). Analisis Manfaat Media Sosial Sebagai Pengembangan Umkm Di Kabupaten Deli Serdang. *Kabillah (Journal of Social Community)*, 8(14), 129–143.
- Dwiyanti, D. (2023). Pemanfaatan Platform Media Sosial Facebook Dalam Memasarkan Produk UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 4287–4292.
- Elita Tarihoran, J., Ika Mardiani, M., Dwi Putri, N., Sari Novareila, R., Sofia, A., & Farida Adi prawira, I. (2021). Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up Di Indonesia. *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), 72. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p72-78>
- Elyana Febriyanti, D., & Arifin, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran secara Online melalui Tiktok dan Instagram terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty pada Agen Yuyun di Lamongan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 344–352. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/72>
- Erwin, Cindrakasih, R. R., Sari, D. A., Hita, Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *PEMASARAN DIGITAL (Teori dan Implementasi)* (Issue January). <https://www.researchgate.net/publication/377638698>
- Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Coffee Shop Pulang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39392>
- Flores, V. A. S., Esquivel, F. A., Anguiano, J. C. R., & Orozco, R. M. (2024). Analysis of sales techniques from the perspective of entrepreneurship in MSMEs (MIPYMEs). *Journal Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 13(9), e4271. <https://doi.org/10.55905/rcssv13n9-003>
- Halik, J. B., Nurlia, N., & Latiep, I. F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kosumen Di Makassar Coffee House (Mch). *Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, 01(1), 48–60. <https://ojsapaji.org/index.php/mariobre/article/view/163>
- Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya. *Yos Soedarso Economic ...*, 4(1), 1–11. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/261%0Ahttps://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/download/261/244>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2021). *Konsep , Teori dan Implementasi*.

- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harsyeno, A. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Respons Masyarakat Pengguna Layanan Informasi Direktorat Jenderal Pajak. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 5(2), 121–132.
- Haryanto, M., Sari, N., Muh, S., Anshar, A., & Hatta, M. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. 5(1), 222–237. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Tahta Media Group.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., Pasaribu, J. S., Ma'sum, H., Gustini, L. K., Rengganawati, H., Anggoro, D., Rukmana, A. Y., & Permana, A. A. (2023). Social Media Marketing. In *PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI*. <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>
- Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudean Di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Indra, E., Sitanggang, D., & Sitompul, D. (2024). Buku Pengajaran Digital Marketing. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Unpri Press. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Ismiati, I., & Widiyastuti, T. (2022). Analisis Harga Dan Saluran Distribusi Guna Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Home Industri Putri Kuning Desa Karangrejo). *Parsimonia - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 20–27. <https://doi.org/10.33479/parsimonia.v9i1.527>
- Lase, S., AferiamanTelaumbanua, Zebua, S., & Mendrofa, M. S. D. (2024). *Analisis Penerapan TQM Pada Percetakan Delaux Paper Kota Gunungsitoli Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*.

- Lestari, M. K., Masruchin, & Diah Krisnaningsih. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM di Kota Surabaya. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 143–159. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10519](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10519)
- Mahyuzar, H., & Roostika, R. (2020). KONSEPTUAL MODEL DIMENSI AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL. *Manajemen*, 3(2), 91–102.
- Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(1), 29–42. <https://doi.org/10.24269/mjse.v2i1.5288>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran Baru.pdf. In *EF Press Digimedia* (pp. 1–292). Efpres Digimedia.
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 94. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v8i1.4161>
- Rendelangi, A. B., Sahyuni, S., & Manan, L. A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Alvian Resa Prianto Desa Ambaipua Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra Journal of Economic and Business*, 4(1), 60–71. <https://doi.org/10.54297/sjeb.v4i1.454>
- Riski Putri Anjayani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175>
- Rombo, Y. R., Waani, F. J., & Lesawengen, L. (2022). Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sanda Bilik Kecamatan Makale Selatan Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3), 1–9.
- Sari, U., Sucipto, H., & Ernitawati, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Volume Penjualan Ikan Asin pada Masa “Covid 19” di Kecamatan Losari (Studi Kasus di Perusahaan Aulia Putri Desa Kecipir). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 400–409. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jimak/article/view/521>
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Saba Jaya Publisher.

- Sonani, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Sope, A. S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0.pdf*. Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (p. 336). CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif.pdf* (p. 203).
- Sutrisna, E., Wahyu, D., & Lazuardi, B. (2024). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Indonesi emas Group.
- Tyasari, H. S., & Patrikha, F. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 9–17. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p9-17>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. PT. Literindo Berkah Karya.
- Wistiasari, D., Clarissa, N., Herliani, Wilson, J., & Dikson. (2022). Analisis Strategi Pemasaran PT. Indofood Sukses Makmur Tbk di Pasar Internasional. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 632–640. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2622>