

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Apriliyani, N. A., & Waloyo. (2023). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Produk Alen-alen. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roeliyanti, A. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 7–16.
- Brittany. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI ONLINE, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE (STUDI KASUS PRODUK MAHARAJA COFFEE PADA PT. MAHARAJA PUSAKA NUSANTARA) DI KOTA TANGERANG.*
- Darmanto, A. (2021). *PENGARUH KUALITAS WEBSITE DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI DI Aji Darmanto , Theresia Pradiani , Widi Dewi Ruspitasari Program Pasca Sarjana , Institut Teknologi Dan Bisnis Asia. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 25.
- Deshinta, H., & Suyanto, A. (2020). Efektifitas Promosi Online Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 9–18. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i1.306>
- Elvera, & Astarina, Y. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan ‘Kimi Collection’ Kota Pagar Alam. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 47–56.
- Elvera, & Mico, S. (2022). Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 29–43. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.129>
- Fauziah, I., & Muniarty, P. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan Pada PT. Sido Muncul, TBK. *Jurnal Bisnis Net*, 7(1), 209–219.
- Febrilantini, I., Riyanto, A., & Qory, H. (2024). Analisis Peran Promosi Online Sebagai Pemasaran Seblak Njedor Mak Nyak Banyuwangi. *Innovative: Journal Of Social ...*, 4, 2230–2245. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/8703%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/8703/6643>
- Febriyanto. (2021). *Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Berkah Mobil Medan*. 72. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/16014>
- Fiantika, Wasil M, Jumiyati, Honesti, Wahyuni, Jonata, E. a. (2022). Metodologi

Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue Maret). <https://scholar.google.com/citations?user=OB3eJYAAAAAJ&hl=en>

Gunawan, A. (2023). Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Jaya Tahun 2021-2022. *Jurnal PBM: Pengembangan Bisnis Dan Manajemen*, 23XXIII(43), 95–109.

Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>

Harapanku, I. W., Manoppo, W. S., & Rogahang, J. J. (2020). Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Meubel CV. Defmel Leilem. *Productivity*, 1(4), 374–377. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/30542>

Hengky, novianto, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Online. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 04(3), 380–393. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>

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. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/49040>

Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), 24–31. <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>

Julitawaty, W., Willy, F., & goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56. <https://www.ejournal.pmci.ac.id/index.php/jbk/article/view/47>

Kasino Martowinangun, Devita Juniati Sri Lestari, K. (2019). *Pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan penjualan di cv. jaya perkasa motor rancaekek kabupaten bandung*. 139–152.

Komala, A. R., Astuti, W. A., & Ambarwati, D. T. (2022). Increasing Sales Volume By Implementing Marketplace for Msme Players in the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Riset Akuntansi*, 14(2), 140–147. <https://doi.org/10.34010/jra.v14i2.7529>

M Teguh Saefuddin¹, Tia Norma Wulan², S. dan D. E. J., & 1, 2, 3, 4Universitas Sultan Ageung Tirtayasa. (2023). Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian. *Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian*, 2(6), 784–808.

Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar

Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.

Mari Ci, A., & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 3.

Mohadi, & Aminy, M. H. (2023). Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan , Manajemen dan Akuntansi Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan , Manajemen dan Akuntansi Vol . 8 No . 2 , September 2022 ISSN 2460-5298 , Dan E-ISSN 2621-. *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 72–87.

Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>

Nugraha, F., & Kurniawan, H. (2023). Pengaruh Promosi Digital Terhadap Peningkatan Penjualan Bagi Wirausaha Di Bidang Konveksi Melalui Media Sosial. *Jurnal Minfo Polgan*, 12, 966–978.

Padaniyah, Y., & S.Pd, M.Si, H. (2021). Perspektif Sosisologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 32–44. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.902>

Pamungkas, F. W. (2023). Peran Promosi Online Coffee Shop Yutabar Dalam Meningkatkan Penjualan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* ..., 4(6), 9425–9431. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/3013%0Ahttps://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/download/3013/2112>

Permata Hati Hasibuan, M., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Perumusan Masalah Ilmiah Variabel dan Fokus Dalam Penelitian Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal DZURRIYAT Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(1), 23–35. <https://doi.org/10.61104/jd.v1i1.19>

Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150–160. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.235>

Sahir, syahfrida hafni. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022.*

Sendianto. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Produk Beserta Peramalan Penjualannya (Studi Kasus Pada PT. Askotama Inti Nusantara). *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*, 16(2), 85–94.

Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop

dan Offline Store. *Center of Economic Students Journal*, 6(2), 127–140.
<https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Sundari, D., Anshari, K., Al, U., Medan, W., Islam, U., & Batu, L. (2024). *Pendekatan Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 6(1), 83–90.

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Ummah, M. S. (2019). Buku Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
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

Ummul Kuro. (2021). Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan. *Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di STKIP PGRI Bangkalan*, 2015.

Yuli, Marpaung, H., Simanjuntak, R., & Ardila, R. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi Online, Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Miniso Di Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Una)*.
<http://jurnal.una.ac.id/index.php/mes/article/download/1889/1551>

Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149.
<https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>

Zai, W., Zalukhu, Y., Mendrofa, Y., & Zebua, E. (2025). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempromosikan Produk Fashion Di Pasar Ya'Howu Kota Gunungsitoli. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 13(1), 143–157.
<https://doi.org/10.36655/jsp.v13i1.1840>

Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1299–1307.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>