

## DAFTAR PUSTAKA

- Bennett & Backholer (2019). A systematic review of the extent and influence of price promotions on consumer purchasing in food and beverage retail settings. *Obesity Research & Clinical Practice*, 13(3), 314–315. <https://doi.org/10.1016/j.orcp.2018.11.218>
- Budiman, A. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019*. Skripsi.
- Cahayani, M. (2021). Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 103. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3333>
- Dahlioni, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189.
- Farida Yulianti, Lamsah, Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran Deepublish*. Ikhsan, N. El *et al.* (2022) ‘Penjualan 2019-2020’, 2(55), pp. 116–125.
- Ita, R. P. *et al.* (2023) ‘Pengaruh Penerapan Digital Marketing Transformation Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Umkm Kuliner Kota Malang *Jurnal administrasi dan Bisnis*, 17(1).
- Khotimah, S. K., & Surhatono, E. (2022). Pengaruh Umkm Dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tuban the Effect of Msmes and Manpower on Economic Growth of Tuban District. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 73–82.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran* PT Prenhallindo. Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Maier, E., & Wieringa, J. (2021). Acquiring customers through online marketplaces? The effect of marketplace sales on sales in a retailer’s own channels. *International Journal of Research in Marketing*, 38(2), 311–328. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.09.007>
- Marbun. B.N. (2011). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Martowinangun, K., Sri Lestari, D. J. and Karyadi, K. (2019) ‘Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung’, *Jurnal Co Management*, 2(1), pp. 139–152. doi: 10.32670/comanagement.v2i1.162.
- Muhajir, Fitriyatul (2022) ‘Pengaruh Digital Marketing dan Strategi Promosi

- terhadap Peningkatan Pejualan pada CV. Sinar Terang Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5(2), 36–50.
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92.  
<https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Novita Sari. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kemampuan Adaptasi Teknologi Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran Pada Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7, 174–185.
- Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2021). *Praktik Bisnis Indonesia*. Zifatama Jawara. Sidoarjo.
- Palapa, A., & Sulkha, M. R. . (2021). Pengaruh Kedisiplinan Dan Kompetensi Terhadap Kecelakaan Kerja. *Prosiding Kemaritiman 2021*, 2, 165–185. <http://repository.unimar-amni.ac.id>
- Park, C. H., Park, Y. H., & Schweidel, D. A. (2018). The effects of mobile promotions on customer purchase dynamics. *International Journal of Research in Marketing*, 35(3),453–470.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2018.05.001>
- Pujiantoro, N., & Mohammad Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Bringin Kecamatan Montong Kabupaten Tuban. *Widya Cipta: Jurnal SekretariDanManajemen*, 6(2), 168–175.  
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12754>
- SEGATI, A. (2018) ‘Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan’, *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2), p. 159. doi: 10.15548/jebi.v3i2.175.
- Swastha, basu. (2010). *Manajemen Penjualan : Pelaksanaan Penjualan*. BPFE- Yogyakarta.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tamara, L. D., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Catur Eka Jaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10,1–18.  
[http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1635%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1635/1/cover s.d bab III.pdf](http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1635%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1635/1/cover%20s.d%20bab%20III.pdf)
- Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 155–159.