

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, O. J., & Aceh, D. S. I. T. B. (2018). SISTEM PENGELOLAAN KINERJA KEUANGAN DAN ADMINISTRASI DI KANTOR PEMERINTAHAN. *Journal GEEJ*, 7(2), 1–14.
- Azmi, N. (2021). STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM FASHION DAN AKSESORIS WANITA. *Majalah Marketing*, 18 No.13(2), 30–35.
- Darmanita, S. Z., & Yusri, M. (2020). Pengoperasian Penelitian Naratif dan Etnografi; Pengertian, Prinsip-Prinsip, Prosedur, Analisis, Interpretasi, dan Pelaporan Temuan. *As-Shaff: Jurnal Manajemen Dan Dakwah*, 1(1), 24–34.
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2018). The Influence of Product Quality, Price Perception and Digital Marketing on Customer Satisfaction at Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2. *Eduturisma*, 3(2), 1–20.
- Krisna. (2023). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumen Thebody Shop di Indonesia*. 1–23.
- Kusumawardhany, S., & Kurnia, S. Y. (2024). Peran Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Cv.Larraz Moderation Jaya Cosmetics Di Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Komputer*, 1(2), 47.
- Laila Fitria, Fauzi Arif Lubis, & Nurbaiti, N. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Suhada Grup. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(3), 212–223.
- MAS'ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam*

*Bidang Teknik Industri, 5(2), 79.*

Mighfar, S., & Purbaningrum, R. G. (2024). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan: Analisis Pendapatan Harvard University Tahun 2021- 2023*. 2(1), 1–12.

MUBAROK, R. S. (2024). *PELAKSANAAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SKRIPSI Oleh : RIZA SYAHRUL MUBAROK JURUSAN EKONOMI SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI*.

Naufal, S. F. W. A. D. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia ) Suci. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 8(1), 1–7.

Nugroho, A. U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Auntie Anne’S Aeon Mall JakartaGarden City. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 16(30), 32–52.

Nurfitri Febrianti Basran. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Jual Beli Telur Ayam Ras Di Lingkungan Mangarabombang Kelurahan Samatarang Kec. Sinjai Timur. *Ekonomoi Syariah (Ekos) Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam*.

Pemasaran, S. (2022). Meningkatkan Penjualan Kamar Di Fame Hotel Sunset Road Bali. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 01(09), 2550–2560.

Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A.-, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.  
<https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>.

Silalahi, M. D. (2019). Pengaruh Biaya Operasional dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih Study Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi SUBsektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

Suryadi, S., Nurlenawati, N., Triadinda, D., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Universitas Buana Perjuangan Karawang, F. (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran.... *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 320– 340.

Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli

Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>

Tjiptono, & Fandy. (2015). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Andi.*, 6–27. 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.