

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat: Pustaka Setia.
- Ahmad, D. I. (2020). *Manajemen Strategis*. Nas Media Pustaka.
- Antunes, I., & Martinez, L. M. (2022). THE EFFECTIVENESS OF SALES PROMOTION TECHNIQUES ON THE MILLENNIAL CONSUMERS' BUYING BEHAVIOR. *Brazilian Journal of Marketing*, 784-836.
- Anyadighibe, J. A., Etuk, A., James, E. E., & Inyang, R. S. (2021). Effect of Promotional Mix on the Marketing of Insurance Services. *Journal of Business and Management Studies* , 125-134.
- Auli, S. d. (2021). Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee . *e – Jurnal Riset Manajemen*, 111-121.
- Ayu, W. R. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Bag Corner Ponorogo*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Bahriyah, E. N. (2019). *IMC Tools - Sales Promotion*. Surabaya: Universitas Esa Unggul.
- Bunyamin, S. E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Cindy, Rahayu, N., & Alam, I. A. (2025). PENGARUH BAURAN PEMASARAN, DIGITAL MARKETING DAN DIRECT SELLING DI TOKO CINDY JAYA FURNITURE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 123-144.
- Darsana, I. M., & dkk. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bali: Intelektual Manifes Media.
- Dewi1, A. S. (2024). IKLAN E-COMMERCE DAN PREFERENSI KONSUMEN: PERSPEKTIF ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DIGITAL. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)* , 136-145.
- Elvira, N. (2022). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER UMKM*. Medan: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI .
- Feradhita. (2020, November 9). *Pengertian Promotion Mix Beserta Contoh-Contohnya*. Retrieved from Logique: [https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/promotion-mix/#Komponen\\_dan\\_Contoh\\_Promotion\\_Mix](https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/promotion-mix/#Komponen_dan_Contoh_Promotion_Mix)
- Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.

- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Haque-Fawzi, M. G., & dkk. (2021). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books.
- Hartini, Sudirman, A., & Wardhana, A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Haryani, D. S., & Fauzar, S. (2021). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM CHACHA FLOWERS . *JURNAL MANAJERIAL DAN BISNIS TANJUNGPINANG*, 12-20.
- Hendra, & Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)* , 41-51 .
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. (2021). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN(Studi Kasus Pada Pudean di Kaliwungu). *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 76-82.
- Husnullail, M., Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA DALAM RISET ILMIAH. *Journal Genta Mulia*, 70-78.
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2009). *Selling and Sales Management 8th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Julitawaty, W. d. (2022). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR PT. MEGAANUGRAH MANDIRI . *Jurnal Bisnis Kolega*, 43-56.
- Kanwal, S. (2025). The Dark Side of Unplanned Discount Promotions: Examining Its Negative Impact on Brand Image and Sales Performance with the Moderating Role of Perceived Brand Value. *Journal of International Business Research and Management Studies*, 1-11.
- Kementrian Koperasi dan UMKM Indonesia. (2020). *Gambaran UMKM Indonesia*. Retrieved from Kementrian Koperasi dan UMKM Indonesia: <https://umkm.go.id/umkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0>
- Kotler, M., Cao, T., Wang, S., & Qiao, C. (2020). *Marketing Strategy in the Digital Age: Applying Kotler's Strategies to Digital Marketing*. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.

- Kotler, P. (1983). *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi kedua*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (Global Edition, 14th Edition)*. Pearson Education:.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Delapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America: Pearson.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. California: Sage Publications.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (3 ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, H., & Soepatini. (2021). *Segmeting Targeting Positioning: Mengapa, Apa, dan Bagaimana*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 145-151.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosdakarya.
- MULYANA, M. (2019). STRATEGI PROMOSI DAN KOMUNIKASI. 57-63.
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS* , 264-270.
- Nandy. (2022, April 25). *Pengertian Promosi (Promotion) : Pengertian Dari Ahli, Jenis, dan Contohnya*. Retrieved from Gramedia Blog: [https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-promosi/#google\\_vignette](https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-promosi/#google_vignette)
- Nashiroh, A. A., Shiddiqy, I. A., & Hidayat, M. N. (2024). Exploring the Depths of Digital Marketing: A Systematic Literature Review on Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies. *International Journal of Business, Law, and Education*, 1270-1283.
- Nasution, A. A., & Sutejo, B. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Nickels, M., & McHugh. (2010). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang PRESSindo.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Rachmadi, F. (1992). *Public relations dalam teori dan praktek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Republik, I. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian (Teori, Aplikasi dan Tanya-Jawab)*. Bandung: Linda Karya.
- Salsabiila, D., & Pardian, P. (2023). PENGARUH PEMASARAN DIRECT SELLING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SEGMENT GENERAL TRADE DI PT XYZ. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 1719-1733.
- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *STRATEGI PROMOSI PEMASARAN*.
- Straus, A., & Corbin, J. (2008). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park: CA: Sage.
- Subagyo, S., & Dwiridotjahjono, J. (2021). PENGARUH IKLAN, KONFORMITAS DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA MOJOKERTO . *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 26 - 39.
- Sugiyono. (2015 ). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi pendekatan kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Susanto, D. W., Faridah, & Amirul. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA UKM DAPUR JULIE DEPOK. *Universitas Dharmawangsa* , 182-197.
- Tjiptono, F. &. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Daerah Istimewa Yogyakarta : Andi Offset.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Pemasaran (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. DI Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama.
- Walker, B. L. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Zahran, Z. F., & Nandy. (2022, November 24). *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya*. Retrieved from Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-pemasaran/>