

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016b). 濟無No Title No Title No Title. 2000, 1–23.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. 663 *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Apris, A., & Dahmiri, D. (2022). Relationship Marketing Dan Cross Selling Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pt. Asuransi Umum Videi Kantor Pemasaran Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(02), 207–218. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.12631>
- Ardani, W. (2022). *Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen*. 2.
- Arifin, S., & Ali, A. (2023). Peran Customer Involvement Terhadap Kinerja Pemasaran. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(1). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i1.5221>
- Arikunto. (2020). Metode kuantitatif deskriptif. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24. file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/BAB III.pdf
- 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)
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Cahyani Nesanta, K. E., Sukawati, T. G. R., & Ekawati, N. W. (2024). Peran brand image memediasi harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada tiktok shop. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2023.v12.i12.p07>
- Cao, G., & Weerawardena, J. (2023). Strategic use of social media in marketing and financial performance: The B2B SME context. *Industrial Marketing Management*, 111(March), 41–54. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.03.007>
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 83–93.
- Dimitrios, B., Ioannis, R., Ntalakos, A., & Nikolaos, T. (2023). Digital marketing: The case of digital marketing strategies on luxurious hotels. *Procedia Computer Science*, 219(2022), 688–696. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.01.340>
- Faradilla, S. (2017). *Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan intensitas persaingan terhadap kinerja pemasaran (studi pada ukm Mebel Ekspor di Kabupaten Jepara Selama Masa Pandemi Covid -19)*. 15–34. [https://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1509/2/2.1617921496649_ BAB I.pdf](https://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/1509/2/2.1617921496649_BAB%20I.pdf)

- Ghozali. (2018). *BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian*. 82– 96.
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Hasanah, N., Utomo, M. N., & Hamid, H. (2019). Hubungan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha: Studi Empiris UMKM Di Kota Tarakan. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 27–38. <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.27-38>
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif). In *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. <https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Ii, B. A. B., Teori, A. L., & Pemasaran, M. (2016). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan..., Fadhila Fieorentina Nur'ani, FEB UMP 2023*. 10–33.
- Jannah, M., & Ariyanto, A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. New Hunteria Depok. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen ...)*, 4(September).
- JASMINE, K. (2014). 濟無No Title No Title No Title. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu, 2008*, 13–44.
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517–526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Kandrio, K., & Muhdar, M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran pada Industri Jambu Mete Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(2), 77–85. <https://doi.org/10.35326/jiam.v5i2.2654>
- Karina, M., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Konveksi Desa Legok. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), 87. <https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.11882>
- Marbun, D. S. N., & Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 130–142. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.125>
- Maulana, A., Erlinda, & Firdaus, S. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pedagang Pakaian Jadi Di Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 2301–2309. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1584>
- Maulidiyah, W., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Home Industry Kerudung Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1523–1529.

<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1523-1529>

Meizary, A., & Magdalena, B. (2023). 1, 2 1,2. 3(1), 85–92.

Merry. (2023). *Hipotesis: Pengertian, Fungsi, Jenis, dan Contohnya*. Majalahpendidikan.Com.

Mutiarani, R. (2020). Implementasi Dan Implikasi Full Day School Pada Pembelajaran Sosiologi Di Sman 10 Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 8(3), 1–8.

Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020a). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2), 9–28.

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020b). 濟無No Title No Title No Title. *Journal GEEJ*, 7(2), 13–38.

Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>

Salim, A. S., Munzir, & Rahmat, Z. (2022). 442-File Utama Naskah-1439-1-10-20220727 (Vol. 3).

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Sari, N., Januar, J., & Anizar, A. (2023). Implementasi Pembelajaran Akidah Akhlak Sebagai Upaya Mendidik Kedisiplinan Siswa. *Educativo: Jurnal Pendidikan*, 2(1), 78–88. <https://doi.org/10.56248/educativo.v2i1.107>

Setiani, T., & Accacia Qonita Andini, R. (2023). Pengaruh Rasio Solvabilitas dan Rasio Aktivitas Perusahaan Terhadap Rasio Profitabilitas Perusahaan Pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023. *Jurnal Akuntansi*, 18(02), 68–81. <https://doi.org/10.58457/akuntansi.v18i02.3448>

Sudarta. (2022). 濟無No Title No Title No Title. 16(1), 1–23.

Tam, F. Y., & Lung, J. (2025). Digital marketing strategies for luxury fashion brands: A systematic literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100309. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100309>

Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)

Widya. (2022). IE Ja W ng id an ya P Wi la w. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt Kereta Api Indonesia (Pt Kai) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kereta Api Kelas Eksekutif Taksaka, 1(55), 1–95.

Wiryawan, I. P. G. H., & Seminari, N. K. (2022). Peran inovasi produk memediasi orientasi

pasar terhadap kinerja pemasaran. *E-jurnal manajemen Universitas Udayana*, 11(6). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i06.p02>
yayuk yuliana, S. (n.d.). *PERKEMBANGAN USAHA KULINER*. 32–40.

Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (Issue April, p. 79).

Yunus, M.Z., D. (2024). Yunus,M.Z., dkk Info Artikel Diterima Maret 2024 Disetujui Juli 2024 Dipublikasikan Juli 2024 Pengaruh Digital Marketing... Pengaruh digital marketing terhadap agresivitas kinerja pemasaran pada umkm olahan pangan di kota gorontalo. 20(2), 148–157.

