

DAFTAR PUSTAKA

- Alsukait, R., Wilde, P., Bleich, S. N., Singh, G., & Folta, S. C. (2020). *Evaluating Saudi Arabia's 50% carbonated drink excise tax: Changes in prices and volume sales. Economics and Human Biology*, 38.
- Anoraga, P. (2016). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. Yogyakarta: Pt. Dwi Chandra Wacana.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asri, M. (2016). *Marketing. Edisi Ketiga. Penerbit UPP-AMP*. Yogyakarta: YKPN.
- Bangsawan, S. (2016). *Manajemen pemasaran usaha kecil*.
- Beranek, M., & Buscher, U. (2021). *Optimal price and quality decisions of a supply chain game considering imperfect quality items and market segmentation. Applied Mathematical Modelling*, 91.
- Bharadwaj, N., & Shipley, G. M. (2020). *Salesperson communication effectiveness in a digital sales interaction 1. Industrial Marketing Management*, 90(May).
- Budi, P. (2018). *Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada PT. Astra Surabaya. Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1).
- Chakti, A. G. (2019). *The Book OF Digital Marketing*. Jakarta: Celebes Media Perkasa.
- Chan, S. (2013). *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Classen, M., & Friedli, T. (2019). *Value-based marketing and sales of industrial services: A systematic literature review in the age of digital technologies. Procedia CIRP*, 83.
- Djkn.kemenkeu.go.id. (2020). *Djkn.kemenkeu.go.id*.
- Dong, S., Qin, Z., & Yan, Y. (2022). *Effects of online-to-offline spillovers on pricing and quality strategies of competing firms. International Journal of Production Economics*, 244.

- et al Chafey, D. (2015). *Internet Marketing: Strategi, Implementation, and Practic*. England: Pearsons Education Limited.
- Fatihudin. (2017). *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Games, D., Hidayat, T., Fhardilha, J., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2022). *THE IMPACT OF TRUST , KNOWLEDGE SHARING , AND AFFECTIVE COMMITMENT ON SME INNOVATION PERFORMANCE*, 5(2), 267–274.
- Ghozali, I. (2013). *Ghozali, Imam (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gruner, R. L., Vomberg, A., Homburg, C., & Lukas, B. A. (2019). *Supporting New Product Launches With Social Media Communication and Online Advertising: Sales Volume and Profit Implications*. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2).
- Hartami, D. (2020). *Strategi Inovasi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Keripik Pisang Kota Bandar Lampung.* IPB Repository.
- Hasanah, U., Nurulita, V. W., Budiman, A., Kanita, G. G., Studi, P., Universitas, K., ... Strategy, M. (2021). *Analysis of Marketing Communication Strategies in Increasing Sales Volume of Rini's Cake During the Covid-19 Pandemic*. *A Social Science and ...*, 1(March 2020).
- Hendrawan, Sucahyowati, Cahyandi, Indriyani, & Rayendra. (2019). *Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap*. *Jurnal Administrasi Dan Kesejahteraan*, 4(1).
- Ismanto, H., & Irawan, S. A. W. (2018). *Peran Karakteristik Pemilik, Hubungan dengan Pelanggan, Komitmen Perilaku, dan Orientasi Usaha Terhadap*

Kinerja Keuangan UKM. Jurnal Siasat Bisnis, 22(1).

Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1).

Junita, A. P., Nasution, and E. F., & Simanjorang, S. (2020). *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan Dan Brand Preference Terhadap Tingkat Penjualan Pada Toko Bintang Terang Motor Rantauprapt. ” Ecobisma. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 7(1).

Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid pertama*. Bandung: PT Indeks, Bandung.

Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kurniawati, N., & Yuliati. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang. Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3.

Laksana, D., & Dharmayanti, D. (2018). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1).

laura Hardilawati, W. (2020). *Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1).

Lupiyoadi, & Hamdani. (2016). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Malhotra, N. (2015). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index.

Mandasari, I. A. C. S., & Pratama, I. G. S. (2020). *The use of e-commerce during*

- COVID-19 pandemic towards revenue and volume of MSMEs sales. International research journal of management, IT and social sciences, 7(6).*
- Martono, M., & Iriani, S. S. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. Jurnal Ilmu Manajemen, 2(2).*
- Maryanto, R. (2017). *Pengantar Digital marketing: modul praktikum manajemen pemasaran berbasis IT.* Jakarta: Self-publishing.
- Masito, R. A. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Air Minum Cheers (Studi Pt . Atlantic Biruraya). Jurnal Universitas Negeri Surabaya, 9(2).*
- Meryana., E. (2017). *Tiga Hal yang Buat UMKM Tahan Krisis.*
- Mohammed, & Rashid. (2017). *Customer Relationship Management (CRM) in Hotel Industry: A Framework Proposal on the Relationship among CRM Dimensions, Marketing Capabilities and Hotel Performance. International Review of Management and Marketing, 2(4).*
- Moussa, I. (2017). *Pencatatan Keuangan Menurut Pemahaman Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Surabaya. Artikel Ilmiah.*
- Najafi-Tavani, S., Zaefarian, G., Robson, M. J., Naudé, P., & Abbasi, F. (2022). *When customer involvement hinders/promotes product innovation performance: The concurrent effect of relationship quality and role ambiguity. Journal of Business Research, 145.*
- Nicod, L., Llosa, S., & Bowen, D. (2020). *Customer proactive training vs customer reactive training in retail store settings: Effects on script proficiency, customer satisfaction, and sales volume. Journal of Retailing and Consumer Services (Vol. 55).*
- Nurbaiti, B., & Soehardi, S. (2021). *The Effect of the Marketing Mix of MSME Products on Sales Volume During the Covid-19 Pandemic. Journal of Strategic and Global Studies, 4(1).*
- Nurchahyo, F., & Wahyuati, A. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada Restoran McDonald's Delta Plaza Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 5(4).*

- O'Cass, & Sok. (2013). *Exploring innovation driven value creation in B2B service firms The roles of the manager, employees, and customers in value creation. Journal of Business Research*, 66(8).
- Oikarinen, E. (2017). *Empirical evidence on the reaction speeds of housing prices and sales to demand shocks. Journal of Housing Economics*, 21(1).
- Pasuraman, W. T. (2017). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradiani, T. (2018). *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2).
- Prihartono, J. S. dan K. (2014). *Perdagangan Online: Cara Bisnis Di Internet*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Rathore, H., Jakhar, S. K., Kumar, S., & Kumar, M. E. (2022). *Pay-what-you-want versus pick-your price: The interplay between participative pricing strategies and consumer's need for cognition. Journal of Business Research*, 141.
- Riana, I. R., & Nafiati, L. (2021). *Pengaruh Persepsi Etika Bisnis Islam, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Penjualan Umkm Kota Yogyakarta. Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah, dan Audit*, 08(01).
- Rivai, V. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rosad, S. &. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Royan, F. M. (2017). *Menjadi Penjual Profesional Ala Sun Tzu*. Kanisius.
- Ryan, D., & Jones, C. (2018). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation*. Britain and United States: Kogan Page Limited.
- Sanchez-Franco, Peral-Peral, & Villarejo-Ramos. (2014). *Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. Computers & Education*, 74.
- Sari, D. K., Suziana, S., & Games, D. (2020). *An evaluation of social media advertising for Muslim millennial parents. Journal of Islamic Marketing*,

12(9).

- Sari, D. R. (2016). *Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelangga. Jurnal Cakrawala*, 10(2).
- Sekaran. (2011). *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian Untuk Bisnis). Metode Penelitian*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business Textbook: A Skill Building Approach. John Wiley & Sons Ltd*.
- Shih, H. S., Stanley Lee, E., Chuang, S. H., & Chen, C. C. (2012). *A forecasting decision on the sales volume of printers in Taiwan: An exploitation of the Analytic Network Process. Computers and Mathematics with Applications*, 64(6), 1545–1556.
- Sinaga, M. C. L., Prasetyo, E., & Budirahardjo, K. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan dan Peramalan Volume Penjualan Kopi di PT Perkebunan Nusantara IX. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(3), 601–608.
- Suardika, I. K., & Sari Dewi, M. (2021). *The Influence of Brand, Product Quality and Price on Sales Volume of Samana Mart Stores. International Journal of Social Science and Business*, 5(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta*.
- Sumawihardja, H. S., & Suparlan, S. (2016). *Intisari manajemen pemasaran. Remaja Rosdakarya*.
- Sumbar.bps.go.id. (2020). *Sumbar.bps.go.id*.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Yogyakarta: CAPS*.
- Swastha, B., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern ”. (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta: Liberty Offset*.
- Tuti, R., & Dwijayanti, P. F. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman UMKM Dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP” ., Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Jurnal Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS*.

Xia, H., Pan, X., Zhou, Y., & Zhang, Z. (Justin). (2020). *Creating the best first impression: Designing online product photos to increase sales. Decision Support Systems, 131.*

