

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Bramantyo, Dkk. 2017. Implementasi Value Proposition Dalam Penetapan Strategi Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 53 No. 1.
- APJII (2023) *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia*. Available at: <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>.
- Azhar, A. Al. (2019). Pengertian dan Penjelasan Fundamental dan Teknikal Tentang *Digital marketing*. DHA Digital.
- BPS. (2022). Pertumbuhan PDB Industri Tekstildan Pakaian Jadi.
- Cannon, J. P., Perreault, W. D. And Jerome Mccarathy, E. (2011). *Basic Marketing*. 18th Edn. New York: Mcgraw-Hil.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital marketing*. 1st edn. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Das, I. M. M. And Sudiana, I. K. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Dan Pendapatan Industri Pakaian Jadi Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(4), Pp. 780–809. Available At: [Https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Eep](https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Eep).
- Dwinanda, G. And Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), Pp. 122–136. Available At: [Https://Journal.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Mirai](https://Journal.Stieamkop.Ac.Id/Index.Php/Mirai).
- Fauzi, I. G. *et Al.* (2019). Industri Tekstil. Mahasiswa Kimia Universitas Andalas. Padang:FMIPA.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi *Digital marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), Pp. 9–14. Doi: 10.32670/Coopetition.V10i1.25.
- Hariyanti, N. T. And Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), Pp. 133–146.
- Hazisma, H. S. And Firdaus, Y. (2014). Peranan *Personal selling* Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Jasa Periklanan Pada Pt Granton World Palembang. *Media Wahana Ekonomika*, 11(3), Pp. 1–11.

- Ihsan, M., Abdullah, W. And Rusydi, B. U. (2018). Implementasi Prinsip Ekonomi Islam Oleh Pedagang Dalam Melakukan Penimbangan Sembako Di Pasar Soppeng. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 05(1), Pp. 381–396.
- Kemenperin (2021). Mendorong Kinerja Industri Tekstil Dan Produk Tekstil Di Tengah Pandemi. *Buku Analisis Pembangunan Industri*, Edisi Iii, Pp. 1–37.
- Kotler, P. And Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing*. 17th Edn, Pearson. 17th Edn. United Kingdom: Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2020). Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0. 1stEd. Yogyakarta: Andi.
- Kurdi, S., Fauzi, M. And Kholil, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Di Kabupaten Kendal. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), Pp. 26–40. Available At: <https://jurnal.uns.ac.id/bise/article/view/24264/18384>.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi Dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), P. 21. Doi: 10.30588/Jmp.V3i1.85.
- Martha, I. And Ika, N. (2019). Penataan Pasar Rakyat Dan Pasar Modern Di Kota Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(2), Pp. 186–191. Doi: 10.33005/Jdep.V2i2.92.
- Musfar, T. F. (2020). Manajemen Pemasaran. 1st Edn. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Pratama, R. (2018). Pengaruh Modal, Lokasi Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(3), Pp. 239–251.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital marketing*. Lampung: TIGA Ebook.
- Rizal, S. (2021). Fenomena Penggunaan Platform Digital Reksa Dana Online Dalam Peningkatan Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Samsul. 1(2), Pp. 851–861.
- Salsabila, U. (2022). Perencanaan Pengembangan Usaha Innovation Product Dan *Digital marketing* Konveksi Sakinah. Universitas Multi Data Palembang.
- Sapthu, A. (2013). Pengaruh Penanaman Modal Dalam Negeri Dan Penanaman Modal Asing Terhadap Produk Domestik Bruto Di Indonesia. *Cita Ekonomika Jurnal Ekonomi*, 7(1), Pp. 193–199.
- We Are Social (2023) *Digital 2023 Indonesia*. Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.

Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), Pp. 84–90.

Yudiarno, F. S. *Et Al.* (2021). Optimalisasi Strategi Pemasaran Bumdes Melalui *E-commerce* Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bumdes Madu Sejahtera Desa Segoromadu). *Buletin Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa*, 1(1), Pp. 1–12. Doi: 10.21107/Bpmd.V1i1.11976.

Yunus, I. (2021). Strategi Pemasaran Industri Konveksi Menggunakan Analisis “Swot”. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), Pp. 95–99. Doi: 10.51747/Ecobuss.V9i2.784.

