

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Philip Kotler, & Gerry. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Chakti. (2019). *The Book of E-marketing* (Sobirin, Ed.). Celebes Media Perkasa.
- Anggraini, A. A., & Hakimah, E. N. (2022). Mendongkrak Pemasaran Melalui Content Marketing dan Influencer: (Studi Pada Bisnis Busana Qomeshop Kota Kediri). *Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis (Simanis) Dan Call for Paper, 1*, 572-583.
- Argawan, Benjamin et al. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing Channel dalam Upaya Memperluas Pemasaran Produk Jahe Merah Instan Sarongge. *Journal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*.
- Enjel Sesi. (2019). *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Agen Kelapa Sawit di Desa Sungai Badak Kecamatan Mesuji)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Elise Dopson. (2023). *Holiday Ecommerce Sales: 6 Tips To Increase Sales*.Shopify. <https://www.shopify.com/id/enterprise/blog/holiday-shopping-online> (diakses pada 12 Agustus 2024)
- Fitriani, N. (2024). *Analisis Perbandingan Facebook Ads dan Tiktok Ads Terhadap Perkembangan Bisnis Penjualan Online dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Facebook Ads dan Tiktok Ads di Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen)*, 7(2), 127–138.
- Hidayah, N., & Kusuma, S. W. D. (2020). Instagram Marketing Engagement di Wana Wisata Ranca Upas Kabupaten Bandung. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(2), 92-100.
- Husein, U. (2001). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up*. *Komunikata*: 21-29.

- Khoirunnisa, S. S., & Pinandito, A. (2023). Pengaruh Atribut Key Opinion Leader (KOL) pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Bootcamp Online. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1929-1934.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Lailiyah, N. I. (2023). KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 1055-1058.
- Mustofa, I. (2018). *Analisis SWOT sebagai Dasar Strategi Pengadaan Bahan Baku Kayu Sengon Laut (Studi Pada UD. Duta Agung Jaya Purworejo Lumajang)*.
- Muswandi. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Baju Muslim Pria dengan Metode SWOT dan STP (Segmentation, Targetting, Positioning) di UD. Ramli Collection*. Universitas Muhammadiyah.
- Muzayyanah, S. (2020). *Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning Dalam Penjualan Kopi di Cafe Kancakona Kopi Jember*. Institut Agama Islam Negeri.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.
- Nurrohman, T. (2019). *Implementasi E-marketing Komunitas #Ayokedamraman sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Nurul, A. (2021). *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan*. Skripsi. IAIN Purwokerto.
- Osterwalder, A., & Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, F. (2005). *Marketing Analysis Made Easy*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky, M. I. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Sekolah Tinggi Teknologi Industri.

Siregar, M. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus: Toko Cahaya Fajar)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Sugiarto, M, Y. Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap Citra Merk dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan. *Perwira Journal of Economics & Business*, 1(2), 1–7.

Uswara, A. (2013). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (2nd ed., Vol. 1). Yogyakarta: Amara Books.

Wibowo, J., & Santoso, R. (2020). Pembuatan digital marketing dan marketing channel untuk UKM PJ Collection. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 82-91.

Windayanti, & Umi, N. (2018). *Strategi Keunggulan Bersaing dalam Mempertahankan Eksistensi Perguruan Tinggi di Era Globalisasi (Studi Kasus Universitas Komputer Indonesia)*. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.

