

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, P, dkk. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Rempyek Di Desa Battebat. *Jurnal Al-Naqdu Kajian Islam*, 3(2), 1-4.
- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 8(3), 704–714. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35854>
- Avriyanti, S. 2021. Strategi Bertahan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi Pada UKM yang Terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*. 5 (1), 60–73.
- Erpurini, W., Ramadhan, I. K., & Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 02(1), 95-107.
- Fachriza, F. I., & Moeliono, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. *Ecodemica* , 139-148.
- Fauzan, M., Harun, U., & Bachmid, S. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 38–55. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i1.4.38-55>
- Gita, S., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Hartanto, Y., Firmansyah, M. A., & Adhrianti, L. (2022). Implementation Digital Marketing Pesona 88 Curup in to Build Image for the Decision of Visit Tourist Attraction. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 658, 589-594. (Wati, Martha, & Indrawati, 2020).
- Idris, M. (2022). Digital Marketing: Definisi, Jenis, Kelebihan, dan Contohnya. Retriceved from https://money.kompas.com/read/2022/04/17/065818426/digital-marketing-definisi-jenis-kelebihan-dan-contohnya?page=all&lgm_method=google
- Jadhav, G. G., Gaikwad, S. V., & Bapat, D. (2023). A systematic literature review: digital marketing and its impact on SMEs. *Journal of Indian Business Research*, 15(1), 76–91.

- Khairani, A., dkk. (2022). Penerapan Digital Marketing Dan Influencer Endorsement Saat Pandemi Covid-19 Pada Agen Frozen Food (Studi Kasus UMKM Wins Food Kebab Padang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 2(1), 378-384.
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 03(2), 23-31.
- Maarif, D. S. (2023). Jenis-jenis Usaha Industri Kuliner dan Penjelasannya.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi* , 57-66.
- Ngatno, (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: F.F Press Digimedia.
- Noor, Syamsudin. (2014) "Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang." *Jurnal INTEKNA*, Tahun XIV no 02, 2014: 102-209.
- 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. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>.
- Orinaldi, M. (2020) Peran *E-commerce* dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis di Era Pandemi. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*. 5 (2), 36-53.
- Pangestika, W. (2018). Mengenal Konsep dan Penerapan Digital Marketing yang Harus Anda Ketahui. *Jurnal.id*.
- Philip Kotler and Gary Amstrong (2016). *Principles of Marketing sixteenth edition*. England : Pearson Education Limited
- Pramawati, D. A., dkk. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 263-275.
- Puspitasari, I., & Firdauzy, A. (2019). Characterizing Consumer Behavior in Leveraging Socialmedia for E-Patient and Health-Related Activities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 16 (18). <https://doi.org/10.3390/ijerph16183348>
- Putri, D. s., dkk. (2021). Implementasi Digital Marketing Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Pong's (Studi Kasus: Desa Ponggang). *Riset dan Teknologi Terapan (RITEKTRA)*, 1-10.
- Saleh, Muhammad Yusuf, Muh Said. (2019) Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media, 2019.

- Santoso, R. (2020). Review of digital marketing & business sustainability of e-commerce during pandemic covid19 in Indonesia. *JIET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan)*, 5(2), 36–48.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* , 7-13.
- Suyono, S., Purwati, A. A., & Cutan, M. (2020). Peran Kualitas Pelayanan, Total Quality Management dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 45– 56. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.36>.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- STIEBP. (2019). 10 Alasan Bisnis Kuliner adalah Peluang Usaha yang Mudah. Retrieved from <https://stiebp.ac.id/10-alasan-bisnis-kuliner-adalah-peluang-usaha-yang-mudah/>.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Ecodemica* , 136-146.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. (N. A. Fransiska, Ed.) Malang, Indonesia: Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019).