

## DAFTAR PUSTAKA

- Arnott, A. (2022). *Internet, Interaction and Implication for Marketing. Marketing Intelligence & Planning*, 20(2), 86-95.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi Umkm Di Jawa Timur. Universitas Narotama. Surabaya.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish, Yokyakarta
- Casmadi, Y., & Parhana, D. N. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Komoditi Teh Pada Pt Perkebunan Nusantara Viii Periode 2015-2017. *Jurnal Akuntansi*, 13(01), 84-98.
- Drasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.
- Fadhilah, M. (2020, October). The Influence of Social Media on Sales Performance. In *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* (Vol. 1, No. 1).
- Gea, S. (2020). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48-54
- Haque, M. G. (2020). *The Effect of Digital Marketing and Media Promotion Utilization to a Bakpia Patok Yogyakarta SMES' Sales Performance*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik*, 10(1), 233-243.
- Kotler, Hermawan Kartajaya, I. S. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta
- Makalalag, A., Ilat, V., & Walandouw, S. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 71-81.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta

- Natsir, A., Murni, S., & jousina Pondaag, J. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen Perusahaan Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 656-665.
- Nikmatul, R. (2022). Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Nery Screen Printing Desa Klapasawit Purwojati Banyumas (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Novitasari,E., dan Samari (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan. (online). Jilid 6. No 1*
- Nuramalia Hasanah, S. E., Ak, M., Muhtar, S., Indah Muliasari, S. E., & Ak, M. (2019). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. uwais inspirasi indonesia.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia, Surabaya
- Nurmansyah ,E. (2018) *Manajemen Pemasaran Strategi*, Unilak Press: Pekan baru
- Pamelda, R. A., & Pradipto, D. (2021). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan: Studi Kasus pada CV FahmaHair Bogor pada Tahun 2017-2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 93-108.
- Puspa, M. (2019). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Perusahaan Manufaktur* (Doctoral dissertation, Stia Manajemen Dan Kepelabuhanan Barunawati Surabaya).
- Rangkuti, Freddy. 2021. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis-Orientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- RB, L. D., Nurbaeti, N., Asmaniati, F., Rachmatullah, A., & Atmadja, V. A. (2023). The influence of price and instagram social media promotion on purchase decisions at rumangsa coffee and bakery, hotel ra premiere Jakarta. *TRJ Tourism Research Journal*, 7(1), 18-32.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish, Yokyakarta

- Rizaldi, a., margareta, f., simehate, k., hikmah, s. N., albar, c. N., & rafdhi, a. A. (2021). Digital marketing as a marketing communication strategy. *International journal of research and applied technology (injuratech)*, 1(1), 61-69. saparso, (2021) *marketing process* . Jakarta, indonesia
- Satriawan, D., & Yuliannisa, S. N. (2022). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Pada Pt. Hempel Indonesia Cabang Banjarmasin. *Administraus*, 6(2), 1-19.
- Silvia, Z. I. (2020). Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada PT. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018). *JEKMA*, 1(4).
- Siyoto, S., dan Sodik, A., (2020) *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. Yogyakarta
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi: Jember
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. ANDI, Yogyakarta
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabet, Bandung
- Supranto, J. (2020) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan (Ketiga)*. BFE, Yogyakarta
- Syafrida Hafni Sahir, S. H., (2021) *metodologi penelitian*. Kbm Indonesia. Jogjakarta
- Tresnawati, dan Prasetyo. (2020). Penentuan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *Profesi Humas*, Volume 3, 103.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera. Malang
- Widyawati, N., Dina, M. P., & Prasetyorini, J. (2020). Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Di Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal SPIRIT PRO PATRIA*, 6(1), 25-35.

Yoga, H., & Nurmahdi, A. 2019. Pengaruh Kegiatan Pemasaran Digital dan Perilaku Online Konsumen Pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Via Website. Bandung, Angkasa

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja. Lombok Tengah