

REFERENCES

- Abidin, Z. and Sofyan, A. (2022) 'Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang', *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), pp. 11–16. Available at: <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>.
- Alinda, D., Nurfazri, R. and Fadillah, Y.T. (2024) 'Strategi Manajemen Pemasaran di Era Digital', *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), pp. 1147–1153. Available at: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>.
- Ariza, D. (2024) 'E-KATALOG: Langkah Strategis Pemerintah dalam Memerangi Fraud Pengadaan Barang dan Jasa', *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), pp. 20–29. Available at: <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i1.649>.
- Cahyadi, D. and Tangsi (2023) 'Video Promosi', (2006), p. 2023. Available at: <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/34278>.
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M. and Suharto (2022) 'Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat', *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), pp. 73–84. Available at: <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>.
- Laila, N. *et al.* (2024) 'An in-depth analysis of digital marketing trends and prospects in small and medium-sized enterprises: utilizing bibliometric mapping', *Cogent Business and Management*, 11(1), p. Available at: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2336565>.
- Nur Mastuti, D. *et al.* (2024) 'Marketing of Management: Share Market, Potential Market, Competitor Business and Promotion (Literature Review)', *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 3(2), pp. 236–250. Available at: <https://doi.org/10.38035/ijam.v3i2.591>.
- Ramadhani, N. *et al.* (2024) 'Penerapan Strategi Marketing MIX Manisan Asam Gelugur dalam Upaya Peningkatan Target Pendapatan Desa Dogang', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), pp. 2170–2180. Available at: <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i4.918>.
- Reggina Wike Anjani (2023) 'Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital', *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), pp. 29–40. Available at: <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>.

- Salim, R.R. and Et, A. (2023) 'Perancangan Nasional Expo Dengan Pendekatan Arsitektur Hijau Di Sumatera Utara', 05(01), pp. 65–77.
- Saputri, S.F. *et al.* (2024) 'Pengaruh Promosi Media Sosial , Kualitas Produk , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Kue Keikeu) The Influence of Social Media Promotion , Product Quality , and Price on Purchasing Decisions (Case Study of Keikeu Cake Shop)', (November), pp. 6424–6434.
- Saputro, A.W. (2023) 'Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-loyalty dengan Brand Image dan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), pp. 203–212. Available at: <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750>.
- Sari, M.M. *et al.* (2024) 'Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pemasaran Catering Pada Budhe Jaya Catering', *Cices*, 10(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.33050/cices.v10i1.3080>.