

DAFTAR PUSTAKA

- Afianti, Y., Ramadhani, N. A., Rahmi, A. R., & Madiistriyanto, H. (2023). Pemasaran Digital Efektif Dalam *Platform* Tokopedia: Studi Kasus. *Journal Of Comprehensive Science (Jcs)*, 2(7), 1324-1328.
- Aisha, N. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Makanan Ringan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 19-29.
- Aisya, T. R., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Metode Pemasaran *Online* Pada Instagram & Whatsapp Dan *Offline* Pada Door To Door Dan Event Terhadap Keputusan Pembelian Transvision Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Alfianika, N. (2022). Analisis alat evaluasi penilaian keterampilan menulis pada pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 484-493.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Ariyanto, A., & Prasetyo, D. A. (2023). The Influence of Product Quality and Price on Indihome Product Purchase Decisions at PT. Telkom Indonesia South Tangerang. *Information Technology (IJOBIT)*, 4(2), 14-22.
- Basuni, M., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Ikhwan, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian *Online* Masyarakat Kabupaten Brebes Pada *E-commerce* Shoppe. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 10-18.
- Berlian, D., Andri, A., & Apriana, A. (2023). Perbandingan Pemberian Kredit Antara Bank Konvensional Dan Pembiayaan Bank Syariah Kepada Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia (JPSI)*, 2(2), 62-72.
- Daga, R., Gunawan, H., & Ramli, G. (2023). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM. Penerbit Adab.
- Diko, M. A. I. M. J., & Wulandari, A. (2024). PERANCANGAN, IMPLEMENTASI DAN EVALUASI CYBER BRANDING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PLATFORM AKUN SHOPEE UMKM MERAJUT ASA KITA. *Sebatik*, 28(1), 178-188.
- Febrianto, D., & Yosepha, S. Y. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.

- Com Pada Pengikut Akun Twitter@ blibliidotcom. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 206-217.
- Filbert, S. A. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN STASIUN RADIO BERJARINGAN DI BANDARLAMPUNG DALAM MENDAPATKAN PENGIKLAN (Studi Pada Radio Berjaringan Sonora Lampung).
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (2022). Minat Beli di Marketplace Shopee. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Islahwati, N., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh Digital Influencers Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap *Online* Engagement (studi Kasus Pada Akun Instagram@ myrubylicious, 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Istifadhoh, N., Wardah, I., & Stikoma, T. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku Usaha Batik Ecoprint. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 147-152.
- Kasinem, K. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329-339.
- Lyon, C. (2024, February 13). hawksem. Retrieved from hawksem.com: <https://hawksem.com/blog/whats-a-good-conversion-rate/>
- Manik, R. J. B., & Wibowo, S. (2024). Analisis Penjualan Berdasarkan Pengembangan Konten Media Sosial: Studi UMK Atmosphere Beauty Kota Bukittinggi Pada Media Tiktokshop dan Shopee Tahun 2023. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4281-4298.
- Mardiyanto, E., & Gresik, S. A. A. M. (2021). Implementasi marketing mix dalam pemasaran perbankan syariah. *Al-Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93-103.
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal).
- Nasution, S., & Nurbaiti, A. (2021). Teks Laporan Hasil Observasi Untuk Tingkat SMP Kelas VII. Guepedia.
- Neldi, M., Kumbara, V. B., & Yunita, Y. (2020). Mengukur Minat Beli Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada PT. Menara Agung Padang. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 111-127.

- Nugraha, D. H. (2022). Optimalisasi Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Penerimaan Zakat Infaq dan Shadaqah. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 74-86.
- Pamela, P., & Nurliza, N. (2024). Pelatihan *Online* Marketing Pada Pelaku UMKM Olahan Makanan. *Journal of Community Development*, 5(1), 21-27.
- Praestuti, C. (2020). Marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada mama-mama penjual noken di oyehe kabupaten nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21-24.
- Pratama, D. R., Suhendra, A. A., & Aurachman, R. (2019). Efektivitas Iklan Jasa Paidpromote Pada Followers Akun Tumbler Line@ Indonesia Menggunakan Metode Customer Response Index Konsep Aisas. *eProceedings of Engineering*, 6(2).
- Puspitasari, R. H. U., Nugraha, A. E. P., Nurhayati, L., Mulyana, M., Rinwantin, R., Ulya, W., ... & Santoso, A. (2023). Manajemen Pemasaran (Sebuah Konsep Dan Teori).
- Putri, A. A., Aisyah, A. I., Pratama, D. A. P., Maritza, E. N., Priambodo, G., Hermawan, G. V., ... & Natalia, J. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran *Online* Untuk Pedagang yang Terdampak Covid19 di Surabaya dan Sekitarnya. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 363-376.
- Rahmah, H. N., Riva, A. M., Permatasari, M. I., Warda, N., & Dahlia, L. (2024). OPTIMIZING CORPORATE EXCELLENCE: ANALISIS KINERJA RAMAYANA MELALUI PENDEKATAN BALANCE SCORECARD. *E-Prosiding Akuntansi*, 5(2).
- Rahmah, N. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh promosi social media instagram dan facebook terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Rahmah, N. F., & Wibowo, S. (2020). Pengaruh promosi social media instagram dan facebook terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Rahmayani, M. W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahhan Desa Cibodas.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi on-line (*e-commerce*): peluang dan tantangan dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, 1(1), 1-13.
- Sari, D. A. (2020). Penggunaan Matriks Swot dan Metode Qspm Untuk Menganalisa dan Menyusun Strategi Pemasaran Produk Furnitur (Studi Kasus Pada Toko Furnitur Rapy Ray Medan).

- Sari, E. R. L., & Pravitasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi *E-commerce*, Modal Usaha, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Berwirausaha di Pandemi Covid-19. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2953-2964.
- Septi Ana, T. L. A. (2022). Kreativitas Guru IPS Dalam Penanaman Sikap Sosial Siswa Melalui Pembelajaran IPS Terpadu Siswa Kelas IX B di MTs Negeri 6 Ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Sudirjo, F., Purwati, T., Widyastuti, W., Budiman, Y. U., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri *E-commerce*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7524-7532.
- Tabun, M. A. (2020). Urgensi dan Signifikansi *e-commerce* di Era Digital 4.0. *Banking and Management Review*, 9(2), 1299-1307.
- Tjiptono, F., & Arief, M. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAPKEPUASAN PELANGGAN KARTU PERDANA XL PADA PT. XL AXIATA Tbk CABANG MUARO BUNGO (Doctoral dissertation, Manajemen).
- Vindi, V., & Irwadi, I. (2022). PENGARUH CYBER BRANDING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BUYING DECISION PADA PRODUK SHOPEE (STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN STMB MULTISMART). *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 6(1), 18-29.
- Yulianti, V., Oktaviano, B., & Ristanti, D. (2022). Penghargaan Finansial, Pengakuan Profesional, Pertimbangan Pasar Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Pemilihan Karir Sebagai Konsultan Pajak Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 7(01), 60-74.
- Zachra, R. A., Suhud, U., & Fawaiq, M. (2024). Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Pada Produk Sneakers Di Shopee Live Video Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(3), 311-334.
- Zuhri, A. S. (2019). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian pelanggan Minimarket Alfabeta Ponokusumo (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).