

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Sintia, A., Rida, L., Fahmy, R., Saputri, R., Jayatmi, I., Budi, E., Angga, S., Permana, A., Mujibur, M., Deddy, R., Citra, N., Mario, A., Bani, D., Bani, G. A., Haslinah, A., & Wijoyo, E. B. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik* Get Press Indonesia (Vol. 1).
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>
- Agit, A., Aisyah Julyana, S., & Ma'ruf, B. (2023). Tinjauan Literatur pada Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perkembangan Bisnis Online di Era Digital. *Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa) 2023, November*, 624–634. <https://ojs.amikomsolo.ac.id/index.php/semnasa/article/view/143>
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Amro, P. Z. N., & Fadrijih, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan, Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi. 10(7), 1–20.
- Aprilia, N., Permadi, B., Aqila Izura Atanta Berampu, F., Andini Kesuma, S., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2023). Media Sosial Sebagai Penunjang Komunikasi Bisnis Di Era Digital. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 64–74. <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility>
- Aryoni, A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i2.2557>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pemasaran Manajemen Digital*, 2(2), 72–81. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Azhary, M. R., Agung, M., Prahaski, N., Ulin, T. T., & Suhairi. (2023). Strategi dan Peran Komunikasi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4), 356–364.
- Bahri, S., Harahap, R. R., Rahmah, H., Maulana, S., & ... (2023). Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif di Era Digital: Studi Kasus dari Berbagai Industri. *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 14374–14379. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/8675%0Ahttps://www.j>

- ptam.org/index.php/jptam/article/download/8675/7080
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Dalam, K., & Bisnis, L. (2024). Relevan : Jurnal Pendidikan Matematika. 4.
- Detta, J. V., Hudzaifah, M. A., Tandiayuk, J., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Inovasi Produk Dan Layanan Sebagai Strategi Utama Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(01), 38–42.
- Dwiyono, P. (2018). Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly). *Universitas Muhammadiyah Malang*, 51(1), 51. [http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB II.pdf](http://eprints.umm.ac.id/43080/%0Ahttp://eprints.umm.ac.id/43080/3/BAB%0AII.pdf)
- Eddy Roflin. (2021). Pupulasi, Sampel, Variabel. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 02, 1–6.
- Edwin Kiky Aprianto, N. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), 1–7. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Fadianty, R., & Sriani, S. (2024). Penerapan Data Mining dengan Algoritma Regresi Linear Berganda Untuk Memprediksi Omset Penjualan Minyak Goreng. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 6(2), 1191–1200. <https://doi.org/10.47065/bits.v6i2.5951>
- Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial pada Perubahan Sosial Masyarakat. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(1), 757–766. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i1.645>
- Fitriani, P. A., Anggraeni, S. P., Mauludina, M., & Laksana, A. (2024). *Strategi Komunikasi dalam Berjualan di Era Digital*. 262–270.
- Gani, A. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet Di Indonesia Alcianno Ghobadi Gani, ST. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(Cmc), 68–71.
- Haryanigtyas, P. (n.d.). *Buku Ajar Komunikasi*.
- Herdiyani, S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). *Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis : 18*(2), 103–121.
- Info, A. (2020). *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “ Shoppe ” Dalam Meningkatkan Penjualan*. 1(2), 45–53.
- Komalasari, D. (2021). Buku Ajar Digital Marketing. In *Buku Ajar Digital Marketing*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-38-9>
- Komunikasi, P., Dalam, E., & Bisnis, H. (2024). *Issn : 3025-9495*. 6(3), 1–5.
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Aini Siregar, S., Ardianti, I., Rahma Hasibuan, M., & Agustina, S. (2022). Media Sosial Dan Jejaring Sosial. *Maktabun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 1–5.
- Langleya, D. J., Doornb, J. Van, Ngc, I. C. L., Stieglitzd, S., Lazovikb, A., & Boonstrab, A. (2021). *Machine Translated by Google Jurnal Riset Bisnis Internet Segalanya : Hal-hal cerdas dan dampaknya terhadap model bisnis Machine Translated by Google*. 122, 853–863.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas*

Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur.

- Muhammad Adib, H. (2021). Research Instrument Examples. *Columbia University*, Seminar Paper PSM I (AP180002)(MUHAMMAD ADIB HARMI. https://www.tc.columbia.edu/media/administration/institutional-review-board-/irb-submission---documents/Published_Study-Material-Examples.pdf
- Nafisah, Y. F. (2024). *Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z Use of Social Media in Generation Z Abstrak*. 11(02), 705–713.
- Nilda, janna miftahul. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. *Jurnal Pengukuran Statistik*, 1(1), 1–8.
- Novita, D., & Wulandari, S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Peluang Usaha Warga Rt 04 Rw 08 Kelurahan Tugu Depok. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 8(4), 398. <https://doi.org/10.30998/jabe.v8i4.12975>
- Nugrah Leksono Putri Handayani. (2022). E-Commerce Sebagai Penunjang Ekonomi Digital di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1), 9–14. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v2i1.103>
- Of, D., Technology, I., & Increasing, O. N. (2020). *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 2(1), 71–75.
- Patel, & Goyena, R. (2019). Komunikasi Bisnis Ebook. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 15, Issue 2).
- Praditya, A. (2019). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis Terhadap Perkembangan Bisnis Online Shop. *JURNAL SeMaRaK*, 2(1). <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2664>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*. 3.
- Putri, D., Datuljannah Dita, R., Sasi Rizkia, C., Hidayat, R., Ikaningtiyas, M., Administrasi Bisnis, P., & Ilmu Sosial dan Politik, F. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengembangan Bisnis: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 42–50. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Ramadhan Lubis, Putri Nabila, Nurul Ilmi Nasution, Lathifah Azzahra, Hasraful, & Fadillah Andina6. (2024). Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 3, 2024. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 7899–7906.
- Regresi, A., & Klaster, V. D. A. N. (n.d.). *Jenis Analisis Data Kuantitatif* :
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(e-commerce), 1–8. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1), 109–118.

- Sihotang, H. (n.d.). *No Title*.
- Silalahi, R. (2023). Strategi Inovasi dalam Manajemen Produk dan Pemasaran. *Strategi Inovasi Dalam Manajemen Produk Dan Pemasaran*, 1–10.
- Siregar, I. S., Leli, N., & Handayani, R. T. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Massa dalam Memperluas Jangkauan dan Meningkatkan Interaksi*. 8(2), 436–444.
- Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2024). Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
- Subhaktiyasa, P. G. (n.d.). *Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka*. 5(4), 5599–5609.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Suri, D. M., & Aslami, N. (2023). *Analysis of the Effect of Internal Communication on Acceptance of Change in the Context of Organizational Management Analisis Pengaruh Komunikasi Internal terhadap Penerimaan Perubahan dalam Konteks Manajemen Organisasi*. 3(1), 69–74.
- Suryawati, I., Rusadi, U., & Wahid, U. (2023). Pergeseran Arah Transformasi Bisnis Media Cetak di Era Teknologi Informasi (Studi Kasus pada Harian Solopos). *Avant Garde*, 11(2), 178. <https://doi.org/10.36080/ag.v11i2.2681>
- T, K. (2016). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), BAB 2 18, 19. [https://eprints.umm.ac.id/45267/3/BAB II.pdf](https://eprints.umm.ac.id/45267/3/BAB%20II.pdf)
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 3, Issue 17). [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Virgiawan, Z., Faizal, M. I., Firmansayah, R., & Ramadyta, A. D. (2022). Analisis Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bisnis Bagi Online Shop Di Daerah Bandung. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 15(2), 84–100. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i2.253>
- Witjaksono, H., & Amir, M. T. (2022). Hubungan Antara Strategi Inovasi terhadap Kinerja Keuangan di Perusahaan Manufaktur (Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis pada Penelitian Inovasi dan Kinerja Perusahaan). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 224. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.392>
- Yuhandra, E., Akhmaddhian, S., Fathanudien, A., Tendiyanto, T., Hukum, F., & Kuningan, U. (2021). *Penyuluhan hukum tentang dampak positif dan negatif penggunaan gadget dan media sosial*. 04, 78–84.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>