

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3). <https://doi.org/10.31004/jptam.v5i3.2400>
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Gramedia Pusaka Utama.
- Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rinerka Cipta.
- Efiyani, N. S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online Dan Offline Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Hifa Collection Rantau. *Diploma thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB*.
- Emzir. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Lutfita, A. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19*. UPN "Veteran" Jawa Timur.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran Perusahaan*. Salemba Empat.
- Noor, J. (2015). *Metodologi Penelitian*. Prenada Media Group.
- Prawirosentono, S. (2004). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus & Analisis*. PT Bumi Aksara.
- Sampita, W. D. (2021). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Sambal Mbok Bariah Di Kota Malang). *Sarjana thesis, Universitas Brawijaya*.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodelogi Penelitian*. ANDI Yogyakarta.
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar*. Indeks.

- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Sudjarwo. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial*. Mandar Maju.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan: (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Cet. 6). Alfabeta.
- Swastha, B. (1989). *Manajemen Penjualan* (3 ed.). BPFE.
- Tjibtono, F., & Gegorius, C. (2012). *Pemasaran Strategi*. Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, nastasia. (2020). *Pemasaran*. Andi Yogyakarta.
- Trianto. (2010). *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembang Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan*. Prenada Media Group.
- Tyasari, H. S., & Patrikha, F. D. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN OMSET PENJUALAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 9–17. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p9-17>
- Umar, H. (2008). *Strategic Management In Action*. PT Gramedia.
- Utami, N. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Pentol Ikan 3R Di Pagatan Kecamatan Kusan Hilir Kabupaten Tanah Bumbu*.
- Walidin, W., Saifullah, & ZA, T. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitati dan grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Wijayanti, T. (2014). *Marketing Plan dalam Bisnis*. PT Gramedia.
- Winardi. (1989). *Kamus ekonomi: Inggris-Indonesia : memuat 1976 kata kepala istilah-istilah ekonomi dalam bahasa Inggris yang dijelaskan dalam bahasa Indonesia* (Ed. ke-13). Mandar Maju.
- Anton, N., Alwansyah, A., Nurdin, E., Junaedi, & Cahyadi, M. I. (2023). Strategi Pemasaran Terintegrasi dalam Era Digital: Menyelaraskan Kanal Online dan Offline. *Southeast Asia Journal of Business, Accounting, and Entrepreneurship*, 1(1), 24–30.
- Dana, I. G., & Suci, N. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Menjelaskan Penurunan Penjualan Produk BUMdes di Kabupaten Karangasem. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11.

Diandra, D., & Paidi. (2022). Peran Aplikasi Whatsapp dalam Pemasaran State Of The Art. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 4(2).