

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Ayesha, I., Pratama, I. A., Hasan, S., Amaliyah, et al. (2022). *Digital Marketing Tinjauan Konseptual*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing*. Edinburg Gate: Pearson Education.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition*. Edinburg Gate: Pearson Education.
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Fahmi, I. (2019). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, D. H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Joseph, T. (2011). *Apps The Spirit Of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT Analysis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., Azis, M. N., & Putera, A. R. (2021). *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madini .
- Rusmanto, D. M. (2017). *Pengantar Digital Marketing Manajemen Pemasaran Berbasis TI*. Jakarta: STT NF.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto. (2016). *Administrasi Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.



Sumber Jurnal dan Skripsi

- Anggraini, M. D., Muhtarom, A., & Safaatillah, N. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Penjualan dan Pendapatan UD Yoga Putra. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 4(2), 963-974.
- Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT Danar Hadi Surakarta. 3(1), 144-151.
- Meyliana. (2010). Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya (Studi Kasus : Perusahaan Retail Garment). *Prosiding Seminar Nasional Informatika 2010*, 1, pp. 120-131. Yogyakarta.
- Muflikhata, W. F. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan. *Journal of Economics, Law, and Humanities*, 2(1), 80-94.
- Nata, G. N., & Yudiastra, P. P. (2017). Knowledge Discovery Pada Email Box Sebagai Penunjang Email Marketing. *Jurnal Sistem dan Informatika (JSI)*, 12(1), 26-37.
- Putri, A. E. (2021). Pengaruh Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-Commerce Pertanian Sayur Box (Studi Kasus Pada PT Kreasi Nostra Mandiri Jakarta). *Pengaruh Social Media Marketing*. Skripsi, Universitas Hasanudin.
- Rachmadewi, I. P., Firdaus, A., Qurtubi, Sutrisno, W., & Basumerda, C. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Intech Teknik Industri Universitas Serang Raya Vol 7 No 2*, 121-128.
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *1st E-proceeding Senriabdi. 1*, pp. 360-371. Surakarta: Universitas Sahid Surakarta.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV* (pp. 327-337). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wastutiningsih, S. P., & Dewi, T. P. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Extension and Development*, 1(2), 90-96.