

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adindo. (2021). *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis Untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*. Sleman: CV Budi Utama.
- Ariyanto. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Astuti, M. dan A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Fahmi. (2013). *Manajemen Risiko*. Bandung: CV Alfabeta.
- Kamaluddin. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media.
- Kotler, P. dan K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kurniasih, D. (2021). *Teknik Analisa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ma'aruf. (2022). *Analisis Strategi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Moloeng. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei* (5th ed). Jakarta: Kencana.
- Mulyapradana, A. (2021). *Fundamentals of Digital Marketing*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Nur'aini, DF. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Poerwanto. (2006). *New Business Administration: Paradigma Baru Pengelolaan di Era Dunia Tanpa Batas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Priansa. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta.
- Purwani. (2021). *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta: Bursa Ilmu.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (3rd ed). Bandung: CV Alfabeta.
- Wayan. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Koonseptual)*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Yulianto, A. da. S. (2022). *Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional menuju masa depan*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Sumber Skripsi:

- Asriningtyas, R. (2021). *Ilmu Ekonomi Islam pada FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.* Ekonomi Syariah pada FEBI IAIN Tulungagung.
- Reyhan. (2021). *Analisis Digital Marketing Nimco Indonesia dan Starcross Distro dalam Meningkatkan Penjualan.* Ilmu Komunikasi pada FPISB Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Syahida, K. I. (2020). *Penerapan Digital Marketing dalam Pemasaran Umroh Pada Azkia Tours and Travel, Tangerang Selatan.* Manajemen Dakwah FIDIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Winarto, A.J. (2020). *Analisis SWOT Pemasaran Digital Produk Omah Fatih di Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang.* UIN SUNAN AMPEL. Surabaya.

Sumber Jurnal:

- Astuti, A. M., dan R. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2).
- Dibba, B. S., dan K. (2022). Strategi Digital Marketing (@Mawar Wedding Service) dalam Meningkatkan Konsumen Melalui Media Sosial. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3.
- Febriyanto, M.T, dan A. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi 67 Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 1(2).
- Haninda, R. N., Indriyani, N. D., dan Q. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya. *Yos Soedarjo Economics Journal*, 4(1).
- Sikki, N., Yuniarsih, Y. dan S. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *SENRIABDI: Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 1, 360–371.