

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti. 2017. Pengaruh E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen PT Momen Global Internasional di Makassar. **Skripsi** pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin. (**Dipublikasikan**)
- Ervina, T.R. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fladeo pada Toko Fladeo Shoes Pekanbaru. **Skripsi** pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. (**Dipublikasikan**)
- Febriantoro, Wicaksono. 2018. Kajian Strategi Pendukung Perkembangan E-commerce Bagi UMKM di Indonesia. **Jurnal** pada Manajerial. Vol 3: No 5.
- Graciela, Stefanie. 2021. Tinjauan Atas Proses Pencatatan Pendapatan Penjualan Di Ambrasta Coffee. **Diploma thesis** pada Universitas Komputer Indonesia. (**Dipublikasikan**).
- Gregorius, Chandra. 2016. **Service, Quality & Satisfaction edisi 3**. Yogyakarta: Andi.
- Hendrawan, F. 2021. Manfaat dan Dampak E-commerce pada Toko Donga Dang Panorama, Kec. Singaran Pakit, Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen. **Jurnal Manajerial**. Vol 4
- Ismail, H.A., Trimati, E., dan Prihati, Y. 2020. Membangun Model Konseptual Faktor Sinergitas Perilaku Konsumen dalam Konteks Pembelian Impulsive Secara Online. *Jurnal Manajerial*. Vol 6.
- Kasmir. 2008. **Manajemen Perbankan Edisi Revisi**. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2019. **Prinsip – Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1**. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2018. **Marketing Management Edisi 14**. Global Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lila Bismala et. al. 2018. **Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah**. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Liyanto, F., dan Pratama, Y.D. 2020. Peningkatan Produktivitas Pemasaran Produk UMKM Pempek Acen dengan Pendekatan Analisis SWOT dan DMAIC. **Jurnal Pasti**. Vol 14.

- Mas'ari, Ahmad., *et.al.* 2019. Analisa Strategi *Marketing Mix* Menggunakan Konsep 4p (*Price, Product, Place, Promotion*) Pada PT Haluan Riau. **Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah**. Vol 5: No.2.
- Mediany Kriseka Putri *et. al.* 2017. Pengaruh Penggunaan Teknologi Komputer Terhadap Daya Saing Umkm Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung. **Jurnal E-Proceeding of Management**. Vol.4: No.2.
- Nanda, Adi Prasetya. 2018. Aplikasi Electronic Commerce Sebagai Media Penjualan Produk Makan Ringan Business Development Center Kabupaten Pringsewu. **Jurnal Technology Acceptance Model**. Vol 9 No 2.
- Radianito, Wirawan. 2016. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. **Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis**. Vol 1: No 1.
- Septiaji, Mochammad. “E -COMMERCE Pengertian E-Commerce” https://www.researchgate.net/publication/367509688_E_COMMERCE_Pengertian_E-Commerce,. Diakses pada 24 April 2024.
- Sesra Budio. 2019. Strategi Manajemen Sekolah. **Jurnal Menata**. Vol. 2, No. 2
- Sudarsono, H. 2020. **Manajemen Pemasaran**. Penerbit: Pustaka Abadi.
- Sugiyono 2018. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabet.
- Suhartini, Tri. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rahayu Florest Jakarta. **Skripsi** pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor. (**tidak dipublikasikan**).
- Tjiptono, Fandy., dan Anastasia Diana 2020. **Pemasaran**. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, Dimas Handika, *et.al.* Analisa Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). **Jurnal Administrasi Bisnis**. Vol 29: No.1.