

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti M. & Matondang N. (2020). *Manajemen Pemasaran : UMK Digital Saosial Media*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Anita, A.A., & Barus,I. N. E. (2018). AKUNTANSI USAHA DAGANG TOKO EMAS MODEL MANIS PALARAN SAMARINDA. *EKONOMIA*, 6(3), 093-101.
- Bisma, M.A., & Pramudita, A. S. (2019) Analisis Minat Pembelian Online Konsume Pada Saluran Distriibusi Digital Marketplace Onine di Kota Bandng. *Competitive*, 14(2), 36-44.
- Bismala L., Andriany D., Handayani S., Hafisah (2018). *Strategi peningkatan Daya Saing Usaha Kecil menengah*. Medan: : LEMBAGA PENELITIAN DAN PENULIASAN ILMIA AQLI.
- CEO (2020). *Kitab Jualan Online*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Delma, A.,Hubeis,M.,& Cahyadi,E.R.(2017). Strategi peningkatan daya saing UMKM Pangan di Palembang. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*,11(1),97-122.
- Dindin Abdurohim, B. S., & Sos, S. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM-Bintang Pustaka*. Bintang Pustaka Madani.
- Firmansyah, M.A. (2020). *Pengantar E-Marketing*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Gampu, S. (2021). STRATEGI PEMASARAN ONLINE DALAM DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi kasus pada Usaha Makanan Dapur Sugoi-di Sorongsong Satu). *Jurnal Akrab Juara*, 2021,6.1:143-151.
- Hariyanti, N.T.& Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Herdiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- M.baga. L, Farianti. A, Jahro. S 2010. *Kewirausahaan dan Agribisnis*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Malhotra. 2007, *Marketing Research An Applied Orientation*. Internasional Edition: Pearson.

- Meyliana,M.(2015, July). Analisa Strategi *E-Marketing* dan Implementasinya (Studi khusus: Perusahaan Retail Garment). In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*(Vol. 1, NO.5).
- Moechthar,O.(2019). Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum dan Badan Usaha di Indonesia. Surabaya: Airlangga University press.
- Mukyandi M.R.,& Sani, E.P. (2020). Pengaruh *E-Marketing Mix* Terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus pada *E-commerce* di Indonesia). *IKRA-ITH EKONOMIKA* 3.(1) 41-49.
- Mulyandi,M.R.,& Sani,E.P.(2020). Pengaruh *E-MarketingMIX* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi kasus pada *E-Commersce* di Indonesia). *IKRA-ITH Ekonomika*, 3(1), 41-49.
- Nawangsih , Ifa.K, Ariyono K.Y (2019). *Manajemen Pemasaran*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Parhusip,A.A., Kiem,S.R., & Dalimunthe,T.K. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Dengan Produk Sebagai Variabel Inervening (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Belanja *Online* Lazada di Kota Medan). (*Accumulated journal Research edition*), 3(1), 01-14.
- Pitaloka, A. F., & Widyawati, N. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap penjualan online shop busana muslim. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(1).
- Prianansa D.J (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Revida, E., Purba, S., Purba, P. B., ... & Simarmata, J. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Yayasan Kita Menulis
- Raharja T.W & Rinawati H.S (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM berbasis Kemitraan Desa*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Rangkuti F. (2009). *Strategi promosi yang kreati*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metode Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rohendi Rohidi, Tjetjep (2011). *Metode Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara Semarang.

- Salim,J (2010). *Online Entrepreneur*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso D.H. (2020). *Strategi Marketing Untuk UMKM*. Jakarta: PT Insan Mandir Cendikia.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afebata.
- Wahyuningrum,R.2019. Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat beli Online.*Jurnal Tekinfo*,2019,20.1.

