

DAFTAR PUSTAKA

- T. Masrul, Leon A, Abdillah, *Pandemik Covid-19 Persoalan Dan Refleksi Di Indonesia*. Surabaya: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- D. A. Rizal, “Buku Ajar Manajemen Pemasaran Diera Masyarakat Industri 4.0.” 2020.
- K. & Keller, *Marketing Management*, vol. 22. 2016.
- Fauziah, “Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop ‘Shopee’ Dalam Meningkatkan Penjualan,” *Abiwara J. Vokasi Adm. Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 45–53, 2020, doi: 10.31334/abiwara.v1i2.792.
- P. Kotler, *Marketing 4.0 Moving From Traditional To Digital*. 2016.
- I. Setiawati, “Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm,” *Strateg. Komun. Pemasar.*, no. 20, pp. 1–5, 2017.
- A. Aco and A. H. Endang, “Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,” *J. Tek. Inform.*, vol. 2, pp. 1–13, 2017.
- P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. 2017.
- S. M. Maulana, H. Susilo, and Riyadi, “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 29, no. 1, pp. 1–9, 2015.
- D. E. & D. A. J. Radjab, “Metodologi Penelitian Bisnis,” p. 283, 2017.
- V. W. Sujarweni and L. R. Utami, “Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir KUR (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta),” *J. Bisnis dan Ekon. (JBE)*, vol. 22, no. 1, pp. 11–25, 2015.
- T. Nempung, T. Setiyaningsih, and N. Syamsiah, “Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web,” no. November, pp. 1–8, 2015.
- D. M. A. Firmansyah, “Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy).” Surabaya, 2019.
- S. Nurhayati, “Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta,” *JBMA – Vol. IV, No. 2, Sept.*

2017 ISSN 2252-5483, vol. IV, no. 2, pp. 60–69, 2017.

L. D. Yunita and T. Handayani, “Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah),” *J. Ris. Bisnis dan Investasi*, vol. 4, no. 1, p. 14, 2018, doi: 10.35697/jrbi.v4i1.989.

O. F. Sitorus and N. Utami, “Strategi promosi pemasaran,” *Fkip Uhamka*, pp. 1–309, 2017.

Y. Yudihartanti, “Penentuan Hubungan Mata Kuliah Penelitian Dan Tugas Akhir Dengan Korelasi Rank Spearman,” *Jutisi J. Ilm. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 6, no. 3, pp. 1691–1694, 2017.

A. Purwanto, M. Asbari, and T. I. Santoso, “Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk Jumlah Sampel Besar,” *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 2, no. 4, pp. 216–227, 2021, [Online]. Available: <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/178/138>.

A. Muttaqin, “Hubungan Antara Kemampuan Membaca Kritis Dalam Pembelajaran Penemuan Dan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa,” *Edusentris*, vol. 2, no. 2, p. 116, 2015, doi: 10.17509/edusentris.v2i2.165.

Sutrisno Hadi, *Metode Research*, Yogyakarta: ANDI, 2011.