

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, Rafi. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Corporate Image Pada PT AHM Di Kota Bandung Tahun 2017." *e-Proceeding of Applied Science* 4, no. 2 (2018)
- Basuki, Agus Tri. "*Penggunaan SPSS Dalam Statistik.*" Yogyakarta: Danisa Media (2014).
- Budiati, Penta Lestarini, and Talita Akhiria. "Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Jasa Konveksi Pada CV Anugrah Sandang Abadi Banjarmasin." *Ekonomi dan Bisnis* 14, no. 1 (2021).
- Digdowiseiso, Kumba. "*Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis.*" Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS), 2017.
- Echo, Perdana. "Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22." *LAB KOM Manajemen FE UBB, Pangkalpinang* (2016).
- Efrianti, Kumara, and Hj Susiladewi. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Volume Penjualan Toko Wafa Snack Banjarmasin" (2019).
- Fauzi, Achmad. "Pemasaran Internasional: Penganntar, Teori Dan Konsep." *Edisi Pertama. Empatdua. Malang* (2017).
- Ghozali, Imam. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.*" Tata Kelola 7 (2006).
- Gujarati, Damodar N. "Dasar-Dasar Ekonometrika." (2007).
- Hadiyati, Ernani, , Gunadi, and Issa Arwani. "Pelatihan Tata Kelola Pemasaran Produk Berbasis Mobile Marketing Ukm

Industri Perak.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang* 3, no. 2 (2018).

Hamid, Abdul Hamid dan Moh. Ahyar Maarif. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada CV Karya Abadi Simo Kwagean.” *Iqtishodiyah* 6 (2021)

Harto, Dedy, Sulistya Rini Pratiwi, Mohamad Nur Utomo, and Meylin Rahmawati. “Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM.” *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)* 3, no. 1 (2019).

Musfar, Tengku Firli, and M M SE. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia, 2020.

Nurdelila. “Pengaruh Sistem Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.” *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 8, no. 2 (2021).

Purwana, Dedi, R Rahmi, and Shandy Aditya. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 1 (2017).

Purwanti. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Penjualan Produk-Produk Panin Super Bonanza Wow Pada PT. Panin Indonesia Bank Cabang Pondok Indah” 3, no. 3 (2021).

Reken, Feky Basri Modding dan Ratna Dewi. “Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar” 7, no. 1 (2020).

Rizal, Achmad. “Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0.” *Yogyakarta: Deepublish Publisher* (2020).

- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono, Dr. “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D” (2013).
- Supardi. “Populasi Dan Sampel Penelitian.” *Jurnal Fakultas Hukum UII* 13, no. 17 (1993).
- Toriquddin, Moh. “Etika Pemasaran Perspektif Al-Quran Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah [Al-Quran Perspective Marketing Ethics and Its Relevance in Islamic Banking]” (2015).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008.
- Wahyuni Purbohastuti, Arum. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Ekonomika* 12, no. 2 (2017).
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur’an Departemen Agama RI. “Al-Qur’an Dan Terjemahannya.” Semarang: Diponorogo 2021