

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. 2021. *The Fundamental Of Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo.
- David W. Cravens. 1982. *Strategic Marketing*. Richard D. Irwin, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Merdika, D., Tisnawati, E., Kartini, D., & Oesman, Y. M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis E-commerce*. Penerbit Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Penerbit ANDI.
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Perdana kusuma, A. H., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit UB Press.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Penerbit Erlangga.
- Suhartanto, D., Djatnika, T., Ruhadi, & Triyuni, N. N. (2017). *Ritel: Pengelolaan Dan Pemasaran*. Penerbit ALFABETA.
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel: Teori Dan Strategi Dalam Bisnis Ritel*. Academia Publication.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Penerbit ANDI.
- Yusuf, E. Z., & Williams, L. (2007). *Manajemen Pemasaran: Studi Kasus*

Indonesia. Penerbit PPM.

Referensi Lainnya

- Cara Membuat Iklan Produk Shopee.* (n.d.). Shopee.Co.Id. 2021.
- Defitri Nugrahyani. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran pada Kerta Cafe dalam Upaya Memulihkan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19.*
- Desy Yuliasuti. 2022. Prospek Industri Kosmetik Kian Cantik di 2022. *Fortuneidn.Com.* <https://www.fortuneidn.com/business/desy/prospek-industri-kosmetik-kian-cantik-di-2022>
- Febrian, A. .2020.. Hingga Juli 2020, pendaftar bisnis online meningkat 38,3%. *Kontan.Co.Id.* <https://industri.kontan.co.id/news/hingga-juli-2020-pendaftar-bisnis-online-meningkat-383>
- Hanna Farah Vania. .2022. 73 Persen Masyarakat Mendapatkan Informasi dari Media Sosial. *Databoks.Katadata.Co.Id.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/14/73-persen-masyarakat-mendapatkan-informasi-dari-media-sosial>
- Kemp, S. 2022. *Digital 2022: Indonesia.* <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- M Ivan Mahdi. 2022. Masyarakat Tetap Pilih Belanja Offline Walau Omicron Merebak.*DataIndonesia.Id.* <https://dataindonesia.id/ragam/detail/masyarakat-tetap-pilih-belanja-offline-walau-omicron-merebak>
- Pratama, A. H. .2021. Pendapatan Social Bella Selama 2020 Naik 2x, Segera Jadi Unikorn? *Id.Techinasia.Com.* [https://id.techinasia.com/pendapatan-social-bella-segera-unikorn#:~:text=Pengelola platform e-commerce Sociolla,3 juta \(Rp232 miliar\).](https://id.techinasia.com/pendapatan-social-bella-segera-unikorn#:~:text=Pengelola platform e-commerce Sociolla,3 juta (Rp232 miliar).)
- Puji Dwi Nursanti. 2018. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di UD. Mebel Kayana Karunia Trenggalek.* Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Siti Ruslina. 2022. Konsumen Mulai Belanja Offline di Era Omicron. *Pelakubisnis.Com.* <https://pelakubisnis.com/2022/02/konsumen-mulai-belanja-offline-di-era-omicron/>