

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Penjualan CV Ferdian Decoration Bekasi. *Skripsi*. Diambil kembali dari <https://repository.usni.ac.id/repository/ca0179f803811b66ac040f21825ac55a.pdf>
- Anwar, H., & Istimal, I. (2022). Pengaruh Content Marketing Social Media dan Brand Awareness Property terhadap Penjualan pada PT. Paramount Land Tangerang. *Skripsi Thesis*.
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Pjercy, N. F. (2001). Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, Vol 21. Diambil kembali dari <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08853134.2001.10754262>
- Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, Vol 1 No 2. Diambil kembali dari <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/175>
- Fradana, E. A. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Strategi Kreatif, Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan. *Skripsi*. Diambil kembali dari <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/474/1/Ringkasan%20Skripsi%20Egi%20Alam%20Fradana-%20211628960.pdf>
- Genelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harmaizar. (2009). *Menangkap Peluang Usaha*. Bekasi: CV. Dian Anugrah.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 17 No 2. Diambil kembali dari <https://jurnal.uns.ac.id/jbm/article/view/17174>
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap. *Jurnal Administrasi dan Kesekretarisan*, Vol 4 No 1.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing 17th Edition Jilid 1 Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol 7 No 3.
- Lokito, S., Hartanto, D. D., & Santoso, M. A. (2018). Perencanaan Strategi Pemasaran Content Marketing Buleleng Bali Coffee. *Jurnal DKV Adiwarna*, Vol 1 No 12. Diambil kembali dari <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/7117>
- Milhinhos, P. R. (2015). The impact of content marketing on attitudes and purchase intentions of online shoppers : the case of videos & tutorials and user-generated content. *Brazilian School of Public and Business Administration*. Diambil kembali dari <http://hdl.handle.net/10400.14/20367>
- Moeheriono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Komputer*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Nasdini, Y. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*, Vol 19 No 6. Diambil kembali dari [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1692443](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1692443)
- Nasution. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas*, Vol 3 No 1. Diambil kembali dari <https://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/15878>
- Permana, I. (2017). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'Besto. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol 19 No 2. Diambil kembali dari <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/129/0>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol 11 No 2. Diambil kembali dari <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/45>
- Pulizzi, J., & Barrett, N. (2009). *Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing*. United States: McGraw Hill Education.

- Putra, A. R., & Setyadi, M. H. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Harga Pada Kualitas Pelayanan di Coffee Shop Janji Jiwa. *Journal of Indonesia Marketing Association, Vol 1 No 1*, 64-73.
- Rahman, T. (2019). Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Konsumen Caffe Go-Kopi di Kota Malang. *Skripsi*. Diambil kembali dari <http://etheses.uin-malang.ac.id/15549/>
- Ramadhan, W. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Teknik Digital Marketing Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Nike di Mall Centre Point Medan). *Skripsi*. Diambil kembali dari <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/22344/1/198320148%20-%20Wahyu%20Ramadhan%20-%20Fulltext.pdf>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Manajemen Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rosyidi, M. R. (2020). Analisis Pengendalian Mutu Pada Penjualan Ikan Bader/Tawes Metode SQC di TPI UD. Jazuli IB Gresik. *Jurnal IPTEK, Vol 21 No 2*. Diambil kembali dari <http://ejurnal.itats.ac.id/index.php/ipitek/article/viewFile/147/139>
- Saefudin, A. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga Produk, dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada UMKM Pengrajin Kayu di Gilingan Kota Surakarta. *Skripsi*. Diambil kembali dari <https://eprints.ums.ac.id/47650/>
- Saharja, K., & Aisyah, S. (2020). Efektifitas Digital Printing dalam Menghasilkan Produk Cetak dan Pengaruhnya Terhadap Konsumen. *Open Journal System, Vol 14 No 11*. Diambil kembali dari [https://www.academia.edu/75072529/Efektifitas\\_Digital\\_Printing\\_Pencetakan\\_Digital\\_Dalam\\_Menghasilkan\\_Produk\\_Cetak\\_Dan\\_Pengaruhnya\\_Terhadap\\_Konsumen](https://www.academia.edu/75072529/Efektifitas_Digital_Printing_Pencetakan_Digital_Dalam_Menghasilkan_Produk_Cetak_Dan_Pengaruhnya_Terhadap_Konsumen)
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Silviana. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Kecamatan Bone-Bone). *Skripsi*. Diambil kembali dari <http://repository.umpalopo.ac.id/328/>
- Sopiah, & Sangadji. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Suarmaja, I. B. (2021). The Impact of Digital Marketing System on Weaving Crafts Sales Growth in Buleleng Regency. *Proceedings of the 6th International Conference on Tourism, Economics, Accounting, Management, and Social Science*.
- Sugiyono. (2019). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarmi, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan) Edisi ke-5*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus) Cetakan ke-1*. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Tatiana, R. A., & Umar, H. (2018). Pengaruh Pengendalian Internal dan Audit Internal Terhadap Kinerja Penjualan Perusahaan (Studi Pada PT B&K Baja Utama). *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi (JRPMA)*, Vol 2 No 1. Diambil kembali dari <http://www.jrpma.sps-perbanas.ac.id/index.php/jrpma/article/view/26>
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trihapsari, T., & Talkah, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Quality Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Matahari Brand Trenggalek Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Otonomi*, Vol 22 No 1. Diambil kembali dari <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/otonomi/article/view/2435>
- Wardana, I. T., Arif, M., & Jannah, N. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Kedai Kopi Batang Kopi Kecamatan Batang Serangan. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, Vol 3 No 1, 105-113.
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*. California: O'Reilly.
- Widiyono, & Pakkanna, M. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global Edisi Pertama*. Jakarta: Motra Wacana Media.
- Yazgan, S., & Hassan, A. (2020). The Effect of Digital Content Marketing on Tourists' Purchase Intention. *Journal of Tourismology*, Vol 6 No 1. Diambil kembali dari <https://ideas.repec.org/a/ist/iupjot/v6y2020i1p79-98.html>
- Yulianto, J. (2002). Studi Mengenai Orientasi Strategi dan Perbaikan Kinerja Tenaga Penjualan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol 1 No 1. Diambil kembali dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13955>
- Zimmerman, & Sahlin. (2010). *Social Media Marketing All-in-One for Dummies*. Hoboken: Wiley Publishing.