

## Daftar Pustaka

- Ahmad Tanzeh. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta : Teras.
- Amstrong, K. &. (2009). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (M. M. Dr. Kasmad, S.E. (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- andreas kaplan ; michael heinlein. (2010). *Users of the world united the challenges and opportunities of social media*.
- Batlajery, S., & Alfons, M. E. (2021). Implementation of Product Model, Price, Place, Promotion In Improving Noken Sales (OAP). *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 149–154. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i1.29268>
- Blech, G. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw Hill.
- Chakti, G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL*. Celebes Media Perkasa.  
[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=digital+Marketing+adalah&ots=wd3aL64Vgq&sig=ljLQGX-tSkezcD2FDUeVINMqXB0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=digital Marketing adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=digital+Marketing+adalah&ots=wd3aL64Vgq&sig=ljLQGX-tSkezcD2FDUeVINMqXB0&redir_esc=y#v=onepage&q=digital%20Marketing%20adalah&f=false)
- Cresswell. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California: Sage Publications, Inc.
- Creswell. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design, choosing among five tradition*. Sage Publications.
- Darus, P., & Agung, U. D. (1990). *Oleh* : 60–73.
- David. (2012). *Strategis Manajemen* (E. Yunus (ed.)). Andi.
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184.

<https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>

Gregorius, C. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Andi Ofset.

Hasan. (2020). *Periklanan terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kabupaten Kampar*. 4, 196–207.

Istijanto. (2015). *Aplikasi praktis riset pemasaran (cara praktis meneliti konsumen dan pesaing)*. Gramedia Pustaka Utama.

[https://books.google.co.id/books?id=4U8Dus7mnPsC&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA38&dq=data+sekunder+adalah&hl=id&redir\\_esc=y#v=onepage&q=data sekunder adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?id=4U8Dus7mnPsC&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA38&dq=data+sekunder+adalah&hl=id&redir_esc=y#v=onepage&q=data%20sekunder%20adalah&f=false)

Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>

Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>

Keller, K. P. & K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C., & Wilner, S. J. S. (2010). Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of Marketing*, 74(2), 71–89. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.2.71>

Lexy Moelong. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Lofland. (2016). *Analizing Social Setting: A Guide to Qualitative Observational and Analysis* (Volume 08). Belmont, California: Wadsworth Publishing Company A Division of Wadsworth, Inc.

Luckman. (2014). Model E-Commerce di Indonesia. <https://id.techinasia.com/5-Model-Bisnis-Ecommerce-Di-Indonesia>.

Luthfiah, F. (2015). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.

[http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx)

- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 1–9.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Muchlis, R. (2018). Analisis SWOT Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 335. <https://doi.org/10.30821/ajei.v1i1.2735>
- Mufid, M. (2005). *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Kencana.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- National, G., & Pillars, H. (n.d.). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title*.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Onainor, E. R. (2019). 済無No Title No Title No Title. 1(November), 105–112.
- Pearce Robinson. (2008). *Strategis Manajemen* (Eddy Yunus (ed.)). Andi.
- Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), 24. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v7i1.p24-31.5442>
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2008). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan

- strategi pemasaran (Studi McDonald ' s Ring Road). *Sistem Informasi*, 1(2), 1–5.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Roudledge Schuler. (2008). *Strategis Manajemen* (Eddy Yunus (ed.)). Andi.
- Santoso, R. (2017). Pengaruh Faktor Internal Mahasiswa Dalam Mengambil Keputusan Berwirausaha Di Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya. *Majalah Ekonomi*, XXII(1), 1–7. [http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah\\_ekonomi/article/view/542/pdf](http://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/542/pdf)
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Shimp, T. (2007). *Periklanan Promosi. Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Erlangga (ed.)). University of South Carolina.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soyomukti, N. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. AR-ruzz Media.
- Sugiyanto. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Yayasan Pendidikan dan sosial (ed.)).
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Terry, F. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Wheelen. (2008). *Strategis Manajemen* (Eddy Yunus (ed.)). Andi.
- Zainuri, M., Nuringwahyu, S., & Zunaida Jurusan Administrasi Bisnis, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Dasar Untuk Merencanakan Strategi Pemasaran (Studi Pada Ciptaningati Culture Hotel). *Jiagabi*, 8(1), 40–50.

