

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Y., Rosliyati, A., & Nugraha, A. W. (2020). Strategi Internet Marketing Pada Bisnis Kuliner Di Komunitas Wisata Tasikmalaya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 209–220.
- Abdurrahman, A. (2014). Analisis Pengaruh Kata Kunci Kompetitif Pada Search Engine Optimization (Seo) Terhadap Pemasaran Online Untuk Produk Notebook. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 3, 19.
- Andrian. (2019). The Digital Marketing And Product Variety Towards Purchasing Interest In Online Store Shopee (Case Study To Students Of Class Of 2016 Management Department Faculty Of Economic University Of Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 14–24.
- Andrian, A. (2018). Dampak Promosi, Brand Awareness Dan Pemilihan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Sakit Kepala. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(2), 165–174. <https://doi.org/10.36226/Jrmb.V3i2.109>
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). *Buku Statistik*, 7–21.
- Hajriyanti, R., & Akbar, R. (2021). Analisis Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Pemasaran Online Di Kecil Dan Usaha Menengah (Ukm). *Jurnal Emt Kita*, 5(2), 140–145. <https://doi.org/10.35870/Emt.V5i2.450>
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi Ukm Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *Loyalitas, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 74–91. <https://ejournal.laida.ac.id/index.php/Loyal/Article/View/353>
- Hartati, R. (2022). Subtema Komponen Ekosistem Menggunakan. *Jurnal Ilmiah Aquinas*, 1, 39–44.
- Hernawati, S. (2017). Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kesehatan. *Buku Metodologi Penelitian*, 30–128.
- Hijrah, L. (2017). Segmentasi Konsumen Pada Pasar Online Di Indonesia. *Forum Ekonomi*, 19(2), 210. <https://doi.org/10.29264/Jfor.V19i2.2127>
- Julioe, R. (2017). No Titleé? _____. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Khamisah, N., Nani, D. A., & Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Non-Performing Loan (Npl), Bopo Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return On Assets (Roa) Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Technobiz Vol. 3, No. 2, 2020, 18-23. Issn 2655-3457*, 3(2), 18–23. <https://ejournal.teknokrat.ac.id/index.php/Technobiz/Article/View/836>

- Kurniawan, T. B., & Syarifuddin. (2020). Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Makanan Dan Minuman Pada Cafeteria No Caffe Di Tanjung Balai Karimun Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan My.Sql. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Laia, S., Dakhi, Y., & Dakhi, P. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di Ud.Lis Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 36–46.
- Lesmana, I. P. D., Widiawan, B., & Hartadi, D. R. (2018). Pengembangan Pemasaran Online Kerajinan Anyaman Bambu Antirogo Jember Melalui Media Internet. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 17–24.
- Lova, L., & Achadi, A. (2020). Segmentasi, Penentuan Target Dan Posisi Pasar Serta Bauran Pemasaran Produk Layanan Skrining Covid-19 Di Rsia Cinta Kasih. *Jurnal Medika Utama*, 02(01), 402–406.
- Mauliansyah, R. (2018). Pengaruh Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 818–826. <https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.687>
- Merangin, D. I. D., Pattiselanno, F., Mentansan, G., Nijman, V., Nekaris, K. A. I., Pratiwi, A. I. N., Studi, P., Nutrisi, I., Makanan, D. A. N., Peternakan, F., Penulisan, P., Ilmiah, K., Berbagai, P., Cahaya, I., Lapangan, D. I., Eropa, A., Geometry, R., Analysis, G., Nasution, R. D., ... Bismark, M. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Bima). *Jurnal Akrab Juara Volume 3 Nomor 3 Edisi Agustus 2018 (113-122)*, 2(2), 2016. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539><https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029>http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/sunda_pangolin_national_conservation_strategy_and_action_plan%28lores%29.pdf<https://doi.org/10.1016/j.forec>
- Nurbaiti, Y., & Hasangapan Mikkael Napitupulu, R. (2020). Pengadministrasian Job Description Karyawan Menggunakan Aplikasi Hcis (Human Capital Information System) Di Perum Perumnas. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 5(1), 73–85.
- Pratama, Y. A., & Tunjungsari, H. K. (2022). Pengaruh Pengalaman Merek Pada Loyalitas Merek Produk Merchandise Klub Sepak Bola Bali United Dengan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 224–234.
- Purwanti, D., & Farhurohman, O. (2021). Peran Pendidikan Kewarganegaraan Terhadap Pembentukan Karakter Siswa Kelas 5 Dan 6 Sd Dalam Penggunaan Tiktok. *Ppkn.Org*, 5(2), 904–909. <http://ppkn.org/wp-content/uploads/2018/01/prosiding-full-ruang-barui.pdf#page=126>
- Ritonga, A. R. (2018). Analisis Pengaruh Merchandise, Promosi, Atmosfir Dalam Gerai, Dan Pelayanan Ritel Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Buku Gramedia Kota Jambi). *Repository Universitas Negeri Jambi*, 24–25.

- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/Kanal.V6i2.1931>
- Safitra H, R. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Segmenting , Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 28–44.
- Sari, M., Mahasiswa, S., & Pendidikan, M. (2022). Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Saat Pandemi Covid-19 Di Smk Muhammadiyah Pagar Alam. *Management Of Education: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8, 1–14.
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. *Compiler*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.28989/Compiler.V7i1.254>
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Umk. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V10i1.40>
- Susanto, O. A., & Sukarno, G. (2021). Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Usaha Pada Umkm Mebel Di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 673–685. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i3.713>
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29. <http://52.221.78.156/Index.Php/Linimasa/Article/View/2754>
- Syamsuri, A. R., Nurhayati, Faradilla, M., Windana, B., & Adela, S. (2021). Efektivitas Kerja Berdasarkan Budaya Kerja Dan Komitmen Pegawai Kantor Camat Kotarih, Serdang Begagai. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 215–224.
- Tambirang, C. I., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2021). Pengaruh Pemasaran Online, Food Quality, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Benu Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 274–283. <https://ejournal.unsrat.ac.id/Index.Php/Emba/Article/View/36223/33738>
- Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, Dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykpn*, 2(2), 275–286.
- Tjiabrata, A., Engka, D. S. M., & Rompas, W. F. I. (2021). Analisis Pengaruh Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesehatan Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(7), 90–101. <https://ejournal.unsrat.ac.id/Index.Php/Jbie/Article/Download/38122/3486>

- Tuty, D. W. N., Widiyanti, E., & Utami, B. W. (2018). Korelasi Faktor Pembentuk Persepsi Dengan Persepsi Konsumen Terhadap Media Pemasaran Online (Www.Goodplant.Co.Id). *Caraka Tani: Journal Of Sustainable Agriculture*, 32(2), 108. <https://doi.org/10.20961/Carakatani.V32i2.14996>
- Ulfa, R. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/Teknodik.V0i0.554>
- Ummah, R. A., Zakiyyati, Q. A., & Balqis, S. S. (2022). Tinjauan Marketing Online @ Taqychansaffron Pada Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Syariah. *Ra Ummah - Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2022 - *Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id*, 8(01), 376–383.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136–146.
- Yap, N., Rukmini, M., & Pramana, A. C. (2021). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Prestasi Kerja Di Universitas Kadiri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri*, 210–216.
- Zalu, S. (2020). Strategi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama. *Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4, 28–38.
- Zuhri, A. R., Nawawi, M. K., & Gustiawati, S. (2021). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Usaha Ikan Hias Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(1), 66–75. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V4i1.526>