

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, R. (2022). *Modest Trend Forecasting 2022*. Greyzone.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3).
- Ardani, W. (2022). Digital Marketing dan Brand Awareness serta Pengaruhnya Terhadap Penjualan Endek Bali di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(1), 182-189.
- Arianzah, A. T. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Umkm di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm di Kabupaten Lampung Barat). *Jurnal Jejama Manajemen Mahalayati*, 3(3).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Aswan, K., Syafitri, N., & Rahmizal, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan UMKM Di Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 442–452.
- Basu, S. (2019). *Manajemen Penjualan*. BPFE Yogyakarta.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. Pearson.
- Cocrill, A., & Goode, M. (2015). Percieved Price And Price Decay In The Market. *The Journal Of Product And Brand Management*, 19(5), 368.
- Damayanti, S. I. (2014). Perkembangan Desain Busana Muslim Dalam Tinjauan Sosiologis. *Corak*, 3(1), 53–63.
- Dedi, P. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 5(2), 2-32.
- Dewi, C. (2022). *Grand Strategy Subsektor Fashion Subsektor Ekonomi Kreatif*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 90.
- Fahmi, I. (2019). *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*. Alfabeta.

- Ghozali, I. (2019). *Analisis Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. BPFE UNDIP.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. IKAPI.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS: Mudah Mengelola Data Dengan IBM SPSS Statistic 25*. CV. Budi Utama.
- Hidayat. (2021). Pengaruh Promosi Potongan Harga dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Alaudin Makasar. *E-Jurnal Manajemen*, 11(2), 255-276.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. BPFE.
- Islamiyah, D., Kurniati, R. R., & Kridianto, D. (2020). Analisis Pengaruh Celerity Endorser Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 9(1), 94-102.
- Jesslyn. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Agung Batam. *Skripsi Thesis*, Prodi Manajemen.
- Johnstone, L. & Lindh, C. (2022). Sustainably Sustaining (Online) Fashion Consumption: Using Influencers To Promote Sustainable (Un)Planned Behaviour In Europe's Millennials. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102775.
- Kencana, P. N. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada PT Sriwijaya Berkah Indonesia. *Jurnal ekonomi efektif*, 2(5), 151-155.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Erlangga.
- Lemeshow, S. (2013). *Sampling of Populations: Methods and Applications*. John Wiley & Sons, Inc.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., Safrina D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing

UMKM diKecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3).

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mamun, A. A. (2022). Celebrity Endorser, Brand Equity, and Green Cosmetics Purchase Intention Among Chinese Youth. *The Winners*, 23(1).
- Mulyadi. (2010). *Sistem akuntansi*. Salemba Empat.
- Nafarin, M. (2015). *Penganggaran Perusahaan*. Salemba Empat.
- Nasdini, Y. (2021). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*, 19(6), 489-499.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Pressindo.
- Priyono, D. E. (2015). The Effect Of Celebrity Endorsement, Trust, Brand Image On Purchase Intention Of May Style In Surabaya. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266-278.
- Putri, A., & Mirza. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6, 194-208.
- Putri, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Udayana.
- Rahardian, M. D., Kusumawati, A., & Irawan, A. (2019). Pengaruh Tagline Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 75(1), 10-18.
- Raharjo, T. E. E. (2019). *Pemasaran Digital*. PT Penerbit IPB Press.
- Rahmayani, M., Hernita, W. N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1).
- Ramli, R. A. L. P., & Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Tingkat Penjualan di Wilayah Batam. *Bening*, 7(1), 207-216.
- Refaldi, A. (2023). Pengaruh Promosi, Potongan Harga Dan Pelayanan Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada PT. Sumber Faria Trijaya). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 172-182.
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital

Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 7(2), 142–153.

Ryan, K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.

Saerang, R. T., Wangke, S. J. C., & Gunawan, E. M. (2022). Peranan Digital Marketing Dan Layanan Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4).

Sanjaya, R., & Tarigan. (2016). *Creative Digital Marketing*. PT Elex Media Komputindo.

Saputra, G. & Ardani, I. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9, 2596.

Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4214-4239.

Setiadi, J. (2019). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.

Shimp, S., & Terence, T. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabet.

Siregar, A., & Sianturi, R. D. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran dan Distribusi Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT Suryamas Lestari Prima Tanjung Morawa. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 26–30.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

Suhandi. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Erigo. *Perkusi*, 1(2), 261-270.

Suryani, T. (2015). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

Tiong, P., Sumaryo, P., Dalle, M. Y. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil (Studi Kasus pada PT. Bosowa di Makassar). *Jurnal Mirai Management*, 8(2).

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.

Yuningsih & Silaningsih. (2020). *Manajemen Bisnis dan Inovasi*. Widina Bhakti Persada.

