

## DAFTAR PUSTAKA

- Jayani, D. H. (2021, October 27). *databoks.katadata.co.id*. Retrieved from Produk Kesehatan dan Kecantikan Paling Laku Saat Pandemi: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-kesehatan-dan-kecantikan-paling-laku-saat-pandemi>
- Nur, S., Islam, A., Syariah, E., Islam, U., Muhammad, K., & Al-Banjari Banjarmasin, A. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pt. Coronet Crown Cabang Kalimantan Selatan 1)*.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Vol. 8, No. 1, Juli 2016, Hal 83 - 98, 83-98*.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran : Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur, Vol. III, No. 1, 21-35*.
- Martin Joko Wicaksana, d. (2020). pengambilan Keputusan Dalam Pemilihan Supplier dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Technique For Others Reference by Similiarity to Ideal Solution (TOPSIS). *Jurnal TEKNO, Vol. 17, No : 2*.
- Nani Heryani, H. P. (2013). Development of Conceptual Model of the Relationship Between Runoff Generation and Nutrient Flushing. *Vol 9, No 1, 2013*.
- Resanti Lestari, R. W. (2020). E-Marketing Audit sebagai Tools Pengendalian Usaha pada UKM di Kota Malang. *Vol 8, No 2 (2020), 181-188*.
- Sekhar, S. C. (2010). Benchmarking. *Vol. 4(6), pp. 882-885, June 2010, 882-885*.
- Supriyadi. (2016). Community of Practitioners : Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan Antar Pustakawan. *Lentera Pustaka, 83-93*.
- Trihudyatmanto, M. (2018). *Riset Operasional (Operations research) & Penyelesaian Menggunakan Software WinQSB*. Wonosobo: Research Gate.
- Devie, M. P. (2013). Analisa Pengaruh Penggunaan Benchmarking Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan . *VOL. 1, NO.2, 2013* .

- Ismail, D. T. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Vol 12, Issue 1, 2021, page 37-47, 37-47.*
- Tressa, Roma. "Analisis Hierarki Proses (Ahp) Kebijakan Penyelesaian Konflik Antardesa di Kabupaten Sigi." *Jurnal Ilmiah Administratie*, vol. 3, no. 03, 2014.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*.
- Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2020). Analisis *Event Marketing* dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Lokal Di Kalangan Pengunjung KICKEST Bandung Cut Irna Setiawati\* dan Vicha Tafeni Meitasari. 6(2), 97–117. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Maria, E., Suharyadi, S., & Hudiono, R. K. (2021). Implementasi Pemasaran Digital Berbasis *Website* Sebagai Strategi Kenormalan Baru Dusun Srumbung Gunung Pasca Covid-19. *Riau Journal of Empowerment*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.31258/raje.4.1.1-10>
- Dameria Lumban Gaol, H., & Prananingtyas, P. (2016). Aspek Hukum Pemanfaatan Sistem Bundling Dalam Pemasaran Produk. In *Diponegoro Law Review* (Vol. 5, Issue 2).
- Mantovandi, A., Putri, S. A., & Buani, D. C. P. (2022). *Analytical Hierarchy Process* Dalam Pemilihan Karyawan Terbaik Berdasarkan Kualitas Sumber Daya Manusia. *Inti Nusa Mandiri*, 16(2), 63–70. <https://doi.org/10.33480/inti.v16i2.2741>
- Lenaini, I., & Artikel, R. (2021). Teknik Pengambilan Sampel *Purposive* Dan *Snowball* Sampling Info Artikel Abstrak. 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Price, P., Wijaya, ..../ Andreas, Kinder, L., & Manajemen, J. (2020). Pengaruh *Price Bundling* dan *Product Bundling* terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas (Vol. 17, Issue 1).
- Wahyudi, D., & Rahayu, S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari *Departement Store* Kediri *Town Square*. <https://doi.org/10.35457/xxx>
- Iswati, H., & Maharani, N. (2019). Perbedaan *Display* Toko *Offline* dan Toko *Online* Untuk Produk Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(2), 100–112. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i2.4880>

- Prawira Samudra, J., Liang, W., Ladi, S., Gajah Mada, J., Permai, B., & Riau, K. (2021). Pengaruh *Endorsement Influencer* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. In *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* (Vol. 5, Issue 1).
- Susanti, M. (2019). *Prosiding Manajemen Komunikasi Efektivitas Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online* Busana Muslim Inayalooks.
- Irawati dan Irawan Budi Prasetyo Jurusan Manajemen, R., Malangkececwara Malang Jl Terusan Candi Kalasan, S., & Timur Abstrak, J. (2020). Pemanfaatan *Platform E-Commerce* Melalui *Marketplace* Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). In *Oryz*.
- Endianingsih, D. (2015). Peran *E-Catalogue* Dalam Proses Pengadaan Elektronik. <http://jurnal.sttgarut.ac.id>
- Putra, R. S. (2020). Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi Media *Richness Theory* Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi Di Masa Pandemi (Vol. 1, Issue 2).
- Putri Kussanti, D., & Leliana, I. (2020). Efektifitas Media Publikasi Dalam Memberikan Informasi dan Edukasi Terhadap Ekowisata Situ Rawakalong (Vol. 11, Issue 2). <https://republika.co.id/berita/q4k1wu368/dep>
- Mahendra, R. A., Artiningsih, D. W., & Wicaksono, T. (n.d.). Analisis Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Alfamart Pahlawan Banjarmasin.
- Alam, P. :, & Alfaruq, N. (2021). Pengaruh Instagram *Ads (Advertising)* Dalam Membangun *Brand Awareness Clothing Line HEBE*.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.
- Valentika, N. (2020). Tsarina Zenabia 2). In *Muslim* (Vol. 3).
- Komunikasi Visual, D., Tinggi Desain Bali, S., Tukad Batanghari No, J., & Denpasar, P. (2019). Peran *Influencer* dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu *Brand (The*

*Role of Influencer in Strategies to Increase Promotion of a Brand)* Made Arini Hanindharputri dan I Komang Angga Maha Putra.

Putri Kussanti, D., & Leliana, I. (n.d.). Efektifitas Media Publikasi Dalam Memberikan Informasi dan Edukasi Terhadap Ekowisata Situ Rawakalong (Vol. 11, Issue 2). <https://republika.co.id/berita/q4k1wu368/dep>