

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F., Kuswoyo, C., Lu, C., Wijaya, G. E., Fakultas, J. M., Universitas, B., & Maranatha, K. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kualitatif Pada Generasi Y Dan Generasi Z di Bandung).
- Amanda P. Santoso, I. B. (2017). Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Sains dan Seni ITS*.
- Anand, G., & Kodali, R. (2008). Benchmarking the benchmarking models. *Benchmarking*, 15(3), 257–291. <https://doi.org/10.1108/14635770810876593>
- Andani, V., & Listiani, E. (2017). *Prosiding Manajemen Komunikasi Instagram Ads Prelo untuk Meningkatkan Brand Awareness Instagram Ads Prelo to Increase Brand Awareness 1*.
- Andriany, V., Asmadia, T., Neza Pratiwi, P., & Batusangkar, I. (2022). *Efektifitas Pelatihan Pengusaha Umkm Bidang Makanan Dan Minuman di Kota Dumai*. 3(1).
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Anshori, Y. (2012). Pendekatan Triangular Fuzzy Number Dalam Metode Analytic Hierarchy Process. In *Jurnal Ilmiah Foristek* (Vol. 2, Issue 1).
- Association, A. M. (2022). *Definitions of Marketing*. Retrieved from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Azlin, N., Syahrudin, H., Program, H. K., Pendidikan, S., Fkip, E., & Pontianak, U. (2021). *Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap*

Keputusan Pembelian Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Tanjungpura.

- Badan Ekonomi Kreatif. (2018). "Data Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor".
- Bestari, N. P. (2021). *WhatsApp Error, Ramai-ramai Pindah ke Telegram*. <https://www.cnbcindonesia.com>.
- Cahya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). *Memfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19*.
- Cavallo, A., Sanasi, S., Ghezzi, A., & Rangone, A. (2021). Competitive intelligence and strategy formulation: connecting the dots. *Competitiveness Review*, 31(2), 250–275. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0009>
- Choirunnisa, A. (2020). *Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera*. 2, 27–34.
- David, W., Aurino, D., & Djamaris, R. A. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*.
- Daniel Pereira, N. G. (2016). Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah di Dili Timor-Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Dewi, B. K. (2020). *Mungkinkah Tertular Virus Corona dari Pembungkus Paket Belanja Online?* <https://lifestyle.kompas.com>.
- Firdhausya, N., Wulandari, S., Bobby, D., Sagita, H., Fakultas, T. I., & Industri, R. (2020). Perancangan Perbaikan Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Langit Musik Menggunakan Metode Bechmarking dan Tool Analytica. In *Agustus* (Vol. 13, Issue 2).
- Gabcanova, I. (2012). Human Resources Key Performance Indicators. *Journal of Competitiveness*, 4(1), 117–128. <https://doi.org/10.7441/joc.2012.01.09>

- Gusti, I., Gede Witarsana, A., Dewa, I., Pramana, P. H., Putu, N., Prabawati, D., Bagus, I., Puja, P., Made, I., & Pinatih, D. P. (2018). *Pengaruh Sales Promotion dengan Metode Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Masa Pandemi Covid 19 di Bali*.
- Gitiyarko, V. (2021). *PSBB Hingga PPKM, Kebijakan Pemerintah Menekan Laju Penularan Covid-19*. <https://kompaspedia.kompas.id>.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan dan Kedekatan Dengan Pelanggan di Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>
- Humas Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. (2019). Fashion Technology BBPLK Semarang Siap Cetak Fashionpreneur Hebat.
- Ilhami, R. S., & Rimantho, D. (2017). Penilaian Kinerja Karyawan dengan Metode AHP dan Rating Scale. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 16(2), 150. <https://doi.org/10.25077/josi.v16.n2.p150-157.2017>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV.Meubele Berkah Tangerang. *ndonesian Journal on Software Engineering*.
- Indarwati, P., & Jiwa Husada Tarigan, Z. (2017). Perancangan Sistem Pengukuran Kinerja Menggunakan Metode Prism Performance (Studi Kasus di PT.Polowijo).
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 288–298. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Jimly, M., Sebayang, A. F., Prodi, A. M., Ekonomi, I., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). *Efektifitas Penjualan Online VS Offline Terhadap Pengembangan Usaha Studi Kasus Perusahaan Fashion Classiconesia*. <https://doi.org/10.29313/.v0i0.31073>

- Kadek, L., Martini, B., Komang, L., & Dewi, C. (2021). *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). Fashion. <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif/Fashion>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. Pearson Education.
- Kurniawanti, D., Hendrawan, B., Bisnis, P. A., Politeknik, T., & Batam, N. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Indonesia Villajaya Dalam Usaha Upaya Membangun Loyalitas Pelanggan. In *Journal of Applied Business Administration* (Vol. 1, Issue 1).
- Liwa, M., Jurusan, I., Fakultas, P. I.-E., Tarbiyah, I., Keguruan, D., & Mataram, I. (2019). *Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat*.
- Madya Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Surabaya Jln Raya Ketajen No, P. (2017). *Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat Trisnani* (Vol. 6).
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., Oktaviani, R. C., & Tinggi, S. (2019). *INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS JAKARTA AQUARIUM*.
- Media Advertisements, I. of S., & Students, U. (2017). Impact of Social Media Advertisements on University Students. *Arts and Social Sciences Journal*, 08(04). <https://doi.org/10.4172/2151-6200.1000290>
- Merdeka. (2021). *iPrice: Persaingan E-commerce Makin Ketat*. <https://www.merdeka.com>.
- Merlena, S. M. (2017). Audit Manajemen Fungsi Pemasaran Pada Pabrik Steel & Constructions UD. Trika Jaya Tulungagung. *Jurnal Nusamba Vol.2*.

- Muzakkir, I. (2017). Penerapan Metode TOPSIS Untuk Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Keluarga Miskin Pada Desa Panca Karsa II. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 9.
- Nazarudin, H., Rina Antasari, R., & Rajawali Pers Divisi Buku Perguruan Tinggi RajaGrafindo
- Persada, H. P. (2020). *Analisis penggunaan benchmarking untuk peningkatan mutu keunggulan bersaing antara rumah jurnal di lingkungan perguruan tinggi keagamaan islam negeri (PTKIN)*.
- Nugraha, B. (2020). *Angkasa Pura I Tingkatkan Sinergi dengan UMKM, Sediakan Galeri di Bandara*. <https://www.suaramerdeka.com>.
- Paradigma, J., & Di, ; Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan. (2016). *PASAR MALAM NGARSOPURA SURAKARTA*. 12(01).
- Penelitian, J., Humaniora, P. S., Frederick, B., & Krisna Maharani, A. (2021). *Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19* (Vol. 6, Issue 2).
- Pratama, J., & Christhomas, J. (2021). *Perancangan Dan Pengembangan E-Catalog Andra Laundry* (Vol. 1, Issue 1). <https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech>
- 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).
- Rachmawaty, A. (2021). *Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar* (Vol. 8, Issue 1).
- Rahmayani, N., Syarif, M., & Nusa Mandiri, S. (2019). Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah Dengan Metode AHP. *Jurnal Informatika*, 6(1), 143–150. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ji/article/view/5552>
- Retno Angginny, G. (2017). *Perancangan Video Teaser Sebagai Penguat Brand Identity Blueable Scarf*.

- Saaty, T. L. (2006). The analytic network process. In *International Series in Operations Research and Management Science* (Vol. 95, pp. 1–26). Springer New York LLC. https://doi.org/10.1007/0-387-33987-6_1
- Sandi, M. R. (2022). *Buka Jakcloth Hijab Market 2022, Anies Optimistis Dongkrak Perekonomian UMKM*. <https://metro.sindonews.com>.
- Saputra, M. I. H., & Nugraha, N. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus: Penentuan Internet Service Provider di Lingkungan Jaringan Rumah). *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 25(3), 199–212. <https://doi.org/10.35760/tr.2020.v25i3.3422>
- Sari, H. R. (2020). *Staf Ahli Menkominfo Sebut Pesan Influencer Lebih Didengar Publik*. <https://www.merdeka.com>.
- Sawunggalih Aji, P. (2020). *Perancangan Website Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri Rumah Tangga Trust Menggunakan Prestashop Agus Fitri Yanto Afifah Choirina Rusda*.
- Sheth, J. N., & Sisodia, R. S. (2019). *The Four A's of Marketing* (pp. 81–99). https://doi.org/10.1007/978-981-10-7724-1_6
- Sri Bina, N. (2020). Penerapan Statistika Dalam Sistem Informasi. In *Journal of Mathematics Education and Science* (Vol. 6, Issue 1).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sumarto, E. K. (2020). *Proses Benchmarking Kepala Madrasah Dalam Melakukan Transformasi Madrasah di Kota Jambi*.
- Sutrisno Wanda, S. (2017). *Efektivitas Pemanfaatan Website Dalam Rangka Promosi Produk dan Peningkatan Penjualan Studi Kasus Pt. Amonindo Utama*. 4(2).
- Syafei, W. A., Kusnadi, K., & Surarso, B. (2016). Penentuan Priorita Perbaikan Jalan Berbasis Metode Analytic Network Process Sebagai Komponen

- Menuju Kota Cerdas. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 6(2), 105.
<https://doi.org/10.21456/vol6iss2pp105-113>
- Taha, H. A. (2017). *Operations Research An Introduction*. Pearson Education Limited
- The American Marketing Association. (2017). *Definitions of Marketing*.
<https://www.ama.org/the-Definition-of-Marketing-What-Is-Marketing/>.
- Tribrata. (2020). *Hukumnya Mencuri Foto Online Shop di Instagram*.
<https://tribratanews.kepri.polri.go.id/>.
- 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>
- Wahyuni, N., Ade, I., Saeful, M. S., & Gunawan, A. (2018). *Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon*.
- Widi Astuti, C. H. (2021). Pengaruh Pengendalian Jumlah Pembelian Terhadap Pengadaan Material di PT. Antero Makmur. *Jurnal Manajemen Logistik*.
- Zakaria Ian Setiawan, R. (2016). Peranan Bauran Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Alat Kesehatan. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri Vol. XII*.