

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. G. (2019). *Masihkah Sponsorship Efektif Mendongkrak Citra Merek Perusahaan?* Malang: Universitas Merdeka Malang.
- Afandi, Dkk. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*.
- Ali, Y. P. (2021). Analisa Media Komunikasi Pemasaran Pada Usaha Tanaman Hias Di Kawasan Florikultura Kota Padang . 1-5.
- Amira, N., & Nurhayati, I. K. (2019). Efektivitas Fitur Instagram Sponsored sebagai Media Iklan/Promosi. *Journal Of Media and Communication Science*, 116-126.
- Ananda, D., & Kurniawati, I. (2023). Analisis Penggunaan *Marketplace* Terhadap Tingkat Penjualan Yasmin Butik Batik. *Journal Of Social Science Research*, 8393-8406.
- Angraini, V. (2019). *Efektivitas Pelaksanaan Strategi EventMarketing Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Adam Bengkulu*. Bengkulu: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU.
- Arini, E., & Andrayani, Y. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kebutuhan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bengkulu . *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 346 - 356.
- Bose, R. (2008). *Information Theory, Coding and Cryptography Second Edition* . McGraw-Hill Companies.
- Erzed, N. (2019). Manajemen Kualitas . *Manajemen Mutu* , 1 - 17.
- Handayani, S. (2022). *Analisis Bauran Pemasaran Menggunakan Metode Technique for Others Reference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) di CV. Fawas Jaya*. Medan : Universitas Medan Area.

- Hendriyani, Dkk. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 193-200.
- Ikart, E. M. (2019). urvey Questionnaire Survey Pretesting Method: An Evaluation of Survey Questionnaire via Expert Reviews Technique. *Asian Journal o of Social Scienc ce Studies*, 1 - 17.
- Ilmu , K. (2023, Oktober 29). *Kesalahan Umum dalam Membuat Promo dan Diskon*. Retrieved from Ilmu Keuangan: <https://www.ilmukeuangan.com/post/kesalahan-umum-dalam-membuat-promo-dan-diskon>
- Irawati , R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan *Platform* E-Commerce Melalui *Marketplace* Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* , 114-133.
- Iswati , H., & Maharini , N. (2019). Perbedaan Display Toko *Offlinedan* Toko *Online* Untuk Produk Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 100-112.
- Jannah, Dkk. (2021). Pengaruh Diskon Flash Sale, Rating Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Riset Manajemen* , 38-51.
- Karo, P. K., & Firstyana, A. S. (2021). Pengaruh *Sponsorship* pada *Event*Bingen Fest Terhadap *Brand awareness* Authenticity Clas Mild. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 141 - 154.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education, inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. London: Pearson Education.
- Malhotra, N., Nunan, & Birks, D. (2017). *Marketing Research*. Trans-Atlantic Publications, Inc.

- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap. *Jurnal Inovasi Bisnis* 7, 162-165.
- Nurhasanah, Dkk. (2024). Analisis Statiska dalam Pengelolaan Data dan Nilai Raport di SDN Pegangsaan Dua 07. *Jurnal Pendidikan dan Keguruan*, 1072 - 1078.
- Nursalam, A. (2020). *Pengaruh Instagram Ads (Advertising) Dalam Membangun Brand awareness Clothing Line Hebe*. Malang : Universitas Brawijaya .
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah . *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Riyanti, & Dkk. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Melalui Digital Marketing Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 253-267.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2012). *Models, methods, concepts and applications of the Analytic Hierarchy Process*. New York: Springer.
- Sadida, Dkk. (2022). Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Media Sosial Somethinc). *e-Proceeding of Management*, 2614-2623.
- Safitri, D. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran *Reseller* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Desa Sibalaya Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 108-117.
- Saputri, Dkk. (2023). Peran *Marketplace* Dalam meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia . *Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan* , 69-75.
- Scott, R. T. (2020). introduction: Key performance indicators in assisted reproductive technologies. *Fertility and Sterility*. 4-5. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.fertnstert.2020.04.057>.
- Setiawati, C. I., & Meitasari, V. T. (2020). Analisis *EventMarketing* dan keputusan pembelian produk fashion lokal di kalangan pengunjung KICKEST Bandung. *Al Tijarah*, 98-117.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susilawati , Fajrina, N., & Pramesti , D. R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 322 - 332.
- Sutessia, K. J. (2022). Pengaruh Free Gift, Cash Back, Dan Reward Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Pada Perusahaan Leasing (Studi Kasus PT. Wahana Ottomitra Multiartha Tbk). *Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 242-251.
- Syauqi, Dkk. (2022). Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline “Gratis Ongkir” Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee. *Jurnal Manajemen Akuntansi* , 734-749.
- Taherdoost. (2016). Sampling Methods in Research Methodology. How to Choose a Sampling Tech-nique for Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*.
- Valentika, Dkk. (2020). Implementasi Sosial Media Marketing Dalam Meningkatkan Jaringan Pasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 68-74.
- Wahyudi, D., & Rahayu , S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*,, 43 -51.
- Watson, G. H. (2007). *Strategic Benchmarking Reloaded with Six Sigma: Improving Your Company's Performance Using Global Best Practice*. Wiley .
- Xoxoday. (2024). *Pemberian Hadiah Perusahaan*. Retrieved from Xoxoday : <https://www.xoxoday.com/id/glossary/corporate-gifting>
- Yuliani, R., & Widyakanti. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM . *Jurnal Administrasi Publik*, 71-76.