

DAFTAR PUSTAKA

- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. (2023). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)*. Eureka Media Aksara.
- Ekowanti, T., & Runanto, D. (2024). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, FREKUENSI PENAYANGAN IKLAN, DAN KUALITAS IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI (Survei pemirsa iklan Lemonilo di Purworejo)*. 6(5), 68–83.
- Elfiana, T. (2021). *Anggaran. 2009*, 8–34.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*.
<https://www.scribd.com/document/651525962/Administrasi-Bisnis>
- Kotler, P. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.
- Satria, R., Ahmad, I., & Gunawan, R. D. (2023). *Rancang Bangun E-Marketplace Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Pelayanan Penjualan*. 4, 89–95.
- Selvina, M., Fitriani, R., Afrilita, E., Nofenti, R., & Putri, N. M. (2025). *PERAN IKLAN DALAM E-COMMERCE MARKETPLACE TERHADAP PENJUALAN PRODUK UMKM*. 3(2), 1–5.
- Shimp, T. A. (n.d.). *Periklanan-Promosi-terence-a-Shimp-ed5-Jil2*.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). *E-Commerce di Industri 4.0*.
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Syafrida Hafni Sahir, Mardia, Nina Mistriani, O. H. S., Idah Kusuma Dewi, Bonaraja Purba, A. S., Liharman Saragih, H. M. P. S., & Risma Nurhaini Munthe, Dyah Gandasari, I. M. M. (2021). *Dasar Dasar Pemasaran*.

Yusuf, M., & all et. (2022). *PROSPEK PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PROFITABILITAS DAN KEMUDAHAN PELAYANAN KONSUMEN: LITERATURE REVIEW*. 30(3), 505–520.

Fahmi Irham. (2019). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Alfabeta: Bandung.

Pr. Smith. (2017) *The Sostac Guide To Your Perfect Digital Marketing Plan (Version 3.0)*

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. — *Marketing 4.0 / Marketing 5.0 (Ed. Indonesia) Fokus Pada Transisi Pemasaran Tradisional Ke Digital Sebagai Landasan Content Marketing*.

Rachbini, W. (2023). *Transformasi Marketing - Tradisional Ke Digital*. Cv. Aa. Rizky. <https://books.google.co.id/books?id=Xeu9eaaqbaj>

Dr. Teddy Hikmat Fauzi, M. S. (2020). *Manajemen Strategi Bisnis*.

Cay, S., & Irnawati, J. (2020). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Umkm Di Langerang Selatan)*. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160-170.
<https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4/2.132>

Selvina, M., Fitriani, R., Afrilita, E., Nofenti, R., Putri, NM. (2025) *Peran Iklan Dalam E-Commerce Marketplace Terhadap Penjualan Produk Umkm*

Elfrina, T. (2021) Anggaran

T. Ekowanti, D. Runanto. (2024) Pengaruh Daya Tarik Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan, Dan Kualitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi (Survei Pemirsa Iklan Lemonilo Di Purworejo)