

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (2024). *Strategi Pemasaran Digital*. Kabupaten Banjar: Ruang Karya Bersama.
- Amalina, A. (2016). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Follower Twitter Mizone @mizoneid). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1-12.
- Anggraeni, E., & Fitriana, N. (2024). Strategi Pemasaran Digital yang Efektif untuk Platform E- commerce. *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Ekonomi Indonesia*, 3(2), 70-75.
- Arniti, N, K. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Kreativitas dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Kerajinan Batu Padas Banjar Silakaran, Gianyar. *Journal System Lembaga Penerbitan Bina Patria*, 13(11), 1754-1762.
- Elita, T. &. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Fani, R., & Safira, I. (2024). Analisis Dampak Pengaruh Keberadaan E-Commerce terhadap Pedagang Konvensional di Situbondo. *JURNAL ECONOMINA*, 3(1), 96-102.
- Fauzi, R, U, A. (2023). *Konsep Dasar E-Commerce*. Kabupaten Banjar: Ruang Karya Bersama.
- Fiantika, F, R., dkk. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Dalam E. Mouw, *Teknik Analisis Dalam Penelitian Kualitatif*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Himawati, N. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dan Kegagalan dalam Berwirausaha: Sebuah Studi Literatur. *Journal of Business Improvement*, 1(2), 96-105.
- Kotler, P., & Keller, K, L. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education.
- Mustofa, B., & Khoiruzzaman, K. (2019). *Keberhasilan Usaha*. Tangerang: Loka Aksara .
- Nduru, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1), 56-65.

- Pramayoga, P, M, N. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Malang (Studi Kasus Industri Fashion Muslim)*. Universitas Brawijaya Malang, Ekonomi dan Bisnis.
- Sawhani, D, K. (2021). *Digital Marketing*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sendari, A. (2019). Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Sebuah Tulisan Ilmiah.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyorini, P., dkk. (2019). Pengaruh Adopsi E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pedagang Batik di Pasar Grosir Setona). *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 3(1), 87-110.
- Sumarsono, T, G. (2020). *Intensi Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha*. Malang: MNC Publishing.
- Supriati., Maulana, H, A., Raflah, W, J., & Yunelly, A. (2022). *Digital Marketing dan E-Commerce*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Suryadi, A., & Wicaksono, D, P. (2022). *Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanto, D., Risnita., & Jailani, M, S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial, & Humaniora*, 55-57.
- Susanto, dkk. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61.
- Susilowati, R. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembeli Produk di Sonokuno Kitchen Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 49-56.
- Trisianto, D. (2024). *Belajar E-Commerce*. Indramayu: Adanu Abimata.
- Wasil, M. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

- Wati, A, P., Martha, J, A., & Insrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Eduliteri.
- Wijaya, D. (2024). *Pemasaran Digital 101: Panduan Mudah Untuk Pemula*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera.
- Yusuf, M., & Ifada, N. (2021). *E-Commerce: Konsep dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Zahra, G, A, P, Z., & Budiman, A. (2024). Strategi Peningkatan Traffict Penjualan dengan Digital Marketing Melalui Platform Media Sosial Pada Coffe-Shopponyo Indonesia. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Naratif*, 5(3), 141-148.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**