

## DAFTAR PUSTAKA

- Aden, M. R. (2023). Digitalisasi Menu Dan Ordering Pada Coffee Shop Studi Kasus: Due Café Bumiayu. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*, 24-32.
- Alma Shanjaya, I., & Harsono, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kemeja Pria Merek Buon Giorno (Studi Kasus di AEON Mall BSD). *Jurnal Ilmiah Publika*, 11(1), 382. <http://dx.doi.org/10.33603/publika.v11i1.8609>
- Alvian, M. S., & Prabawani, B. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Keragaman Produk Pada Shopee Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 191-200. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27296>
- Arikunto. (2010). Dasar-dasar evaluasi pendidikan. jakarta: Bumi Aksara. *Pedagogy*.
- Catholico, F. C. (2022). Pengaruh Sales Promotion dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di Jakarta. *Jurnal Insitut Bisnis dan Informartika*, 1-12.
- Diah, S. R., & Pratiwi, A. (2021). 5 Tahun Ruparupa.com, Usung Konsep Omnichannel Halaman all. KOMPAS.Com. <https://www.kompas.com/homey/read/2021/04/14/201720376/5-tahun-ruparupacom-usung-konsep-omnichannel?page=all>
- Dwicesa, A. R. (2021). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap Brand Loyalty Pada Usaha Gaia.Ku (Studi Kasus pada Pelanggan Gaia.ku di Kota Malang). *Jurnal Ilmu Mahasiswa FEB*.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V, & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran (1st ed.)*. Deepublish.
- Firdhy Esterina Christy. (2020, August 31). *Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia 2024*. Tempo.Co. <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024>

- Fleisher, C., & Bensoussan, B. (2007). *Business And Competitive Analysis: Effective Application Of New And Classic Methods 1 Business And Competitive Analysis: Effective Application of New and Classic Methods*. FT Press. Pearson Education.
- Ginanjari B, B. (2019). Analisis Strategi Personal Selling Marketing Communication Di Pt. Infoglobal (Contoh Kasus Produk Aplikasi Pertahanan Markas Besar TNI Angkatan Udara Di Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1). <https://doi.org/10.55886/esensi.v22i1.158>
- J., Julitawaty, W., Willy, F., Thomas, D., & Goh, S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1), 43-56.
- Lutfiana, E. (2023). Pengaruh Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Grand Puri Bunga Nirwana Jember. *Jurnal Ilmiah Akutansi. Keuangan Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.36490/value.v4i2.874>
- Monavia A, R. (2023, February 3). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproeksi-capai-19647-juta-pada-2023>
- Mullin, R. (2010). *Sales promotion: How to create, implement and integrate campaigns that really work*. Kogan Page.
- Nurhayaty, M., Martadinata, J. R. E., 150, N., Ciamis, K., & Barat, J. (n.d.). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7p Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119-127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Ruotsalainen, M. (2016). Conducting a Dynamic Competitor Analysis. . *Helsinki Metropolia University of Applied Sciences*, 1–74.
- ruparupa. (2022). Kawan Lama Group. <https://www.kawanlamagroup.com/brand/ruparupa>

- Safitri, R. A., & Barkah, D. (n.d.). Pengaruh Content Marketing, Dan Penggunaan Kol (Key Opinion Leader) Tasya Farasya Pada Produk Skincare Skintific Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness Di Kota Pontianak. *Jurnal Universitas Tanjungpura*, 634-647.
- Septa Pratama, N., & Suhada, B. (2023). Evaluasi Manajemen Pilkada Kota Metro Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Management Sciences*, 4(2).
- Shalsabilla, S. Y. (2023). Rancangan Dan Pengembangan Aplikasi Umkm Verse Di Seal (Social Economic Accelerator Lab).
- Suriانشa. (2021). Omnichannel Marketing. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UBS*, 10(2), 212-227
- Suryanto. (2022, January 28). *Promo jadi alasan utama masyarakat saat memilih platform "e-commerce."* Antara.  
<https://www.antaraneews.com/berita/2671221/promo-jadi-alasan-utama-masyarakat-saat-memilih-platform-e-commerce>
- Tahir, M. (2023). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(2), 378–385.

