

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. (2023). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tertinggi ke-3 di Kelompok G20*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/d30e44442c3ffb7/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-tertinggi-ke-3-di-kelompok-g20>
- Daftar E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar di Indonesia - Good Stats*. (2023, December). Good Stats. <https://goodstats.id/infographic/daftar-e-commerce-dengan-nilai-transaksi-terbesar-di-indonesia-M20kO>
- Dewi, F. (2022). *Peningkatan Pendapatan Dideterminasi Oleh E-Commerce Dan Modal Kerja (Survei Pada Umkm Di Kota Bandung)* [Universitas Komputer Indonesia]. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/8144/>
- Indah, F., Putri, W., & Gresik, U. M. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>
- Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024. (2024). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Kusnandar, V. B. (2022, 3 29). Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional Terus Tumbuh di Masa Pandemi Covid-19. Databoks.id. <https://databoks.katadata.co.id/pdb/statistik/5209cea79f668f3/industri-kimia-farmasi-dan-obat-tradisional-terus-tumbuh-di-masa-pandemi-covid-19>
- Lidwina, A. (2020, October 8). *Konsumen Beralih Beli Produk Non-Makanan di E-Commerce saat Pandemi Covid-19* | Databoks. Databoks. Retrieved January 19, 2025, from <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/ed9872e81cf9134/konsumen-beralih-beli-produk-non-makanan-di-e-commerce-saat-pandemi-covid-19>
- Musi, P. T., & Bercahaya, U. (2018). 277317-E-Commerce-Penjualan-Berbasis-Metode-Ooa-Fea450D3. *Cendekia*, XV(April), 1–5.
- Pradana, M. (2015). Pemasaran Digital: Adopsi Media Sosial Pada Ukm. *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27(1), 174.
- Purwadhika. (2024, 5 17). *Daftar Isi Definisi E-commerce Specialist Tugas E-commerce Specialist Skill yang dibutuhkan Kisaran Gaji E-commerce Specialist Jenjang karir E-commerce Specialist Upgrade skill Digital Marketing yang Berasa Upgradenya, Dimana sih? bagikan Digita*. Purwadhika Digital Teknologi School. <https://purwadhika.com/blog/pengertian-e-commerce-specialist-dan-tugasnya-apa-aja-bonus-di-spill-skill-dan-gajinya>
- Putlia, G., & Alphin, C. A. (2021, 3 1). Strategi Pemasaran untuk Industri FMCG pada Era Covid-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajem*, 5(1), 25.

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/9711>

Septiningsih, D. S., & Na'imah, T. (2019). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM KAJIAN ISLAM*. 217–226. <https://digitallibrary.ump.ac.id/264/4/19>.
KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM KAJIAN ISLAM.pdf

Steve, B., & Stella, M. (2015). *Sales Promotion Decision Making Concepts, Principles, and Practice* (N. Malhotra (Ed.)). <https://www.scribd.com/document/351597908/marketing-strategy-collection-minahan-stella-ogden-barnes-steve-sales-promotion-decision-making-concepts-princ>

Wicaksono, A. B. (2023, February 16). *Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan*. Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan. Retrieved January 18, 2025, from https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/2154/jamu-obat-herbal-terstandar-dan-fitofarmaka

Wirtz, J. (2018). *Winning in Service Markets Series, Vol. 10: Managing Customer Relationships and Building Loyalty* (J. Wirtz (Ed.); Vol. 10). World Scientific. https://www.researchgate.net/publication/319664411_Winning_in_Service_Markets_Series_Vol_10_Managing_Customer_Relationships_and_Building_Loyalty

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA