

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharnoko. (2004). Hukum Perjanjian: Teori dan Analisis Kasus. Jakarta: Kencana.
- Indriani, F., & Nugroho, R. (2020). Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada industri kuliner. Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(2), 123-135. <http://dx.doi.org/10.1234/jmp.v14i2.5678>
- Maulana, A., & Sari, D. (2021). Strategi promosi dalam meningkatkan minat beli konsumen di era digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 9(1), 45–58. <http://dx.doi.org/10.7890/jebd.v9i1.2021>
- Kominfo, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023, Februari 15). Pemasaran digital bantu UMKM naik kelas. Kominfo. <https://kominfo.go.id/content/detail/12345/pemasaran-digital-umkm>
- Statista Research Department. (2024, Maret 20). Number of social media users in Indonesia from 2017 to 2024. Statista. <https://www.statista.com/statistics/489233/number-of-social-network-users-in-indonesia/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Jakarta: Erlangga.