

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Alfayed, E., Ramadeli, L., Agnestasia, R., Amalina, V., Swid, Z. H. O., & Riofita, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaan Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktokshop. *Jurna; Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 195–201.
- Arief, A. M. (2023). Menteri Teten: Omzet Pedagang Tanah Abang Turun 50% Imbas Impor Ilegal Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Menteri Teten: Omzet Pedagang Tanah Abang Turun 50% Imbas Impor Ilegal” <https://katadata.co.id/berita/industri/6509566f479d6/>. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/berita/industri/6509566f479d6/menteri-teten-omzet-pedagang-tanah-abang-turun-50-imbasp-or-ilegal>
- Arjang, A., Utami, E. Y., & Redjeki, F. (2024). Utilization of Social Media and Online Platforms in Improving Customer Engagement of Fashion SMEs in Bali. *West Science Business and Management*, 2(01), 29–36. <https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i01.698>
- Arviyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Analisis Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 67. <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.338>
- Asyifah, A., Syafi'i, A., Hanipah, H., & Ispiyani, S. (2023). Pengembangan Aplikasi E-Commerce Untuk Peningkatan Penjualan Online. *Action Research Literate*, 7(10), 70–75. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i10.188>
- Baidlowi, C. A., & Eko Widodo, U. S. (2024). Pengaruh Direct Marketing, Word of Mouth, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Raos Kopi Tulungagung Candra. 5(8).
- Balaka, Y. (2020). Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 3, 1–130.
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

- Chairunnisa, S., Zamhari, A., Warni, D. R., & Septiano, A. (2022). Analisis Usaha Inovatif Melalui Kewirausahaan Sosial. *Ecotechnopreneur: Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(04), 308–314. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i04.462>
- Chrimes, C., Boardman, R., Vignali, G., & McCormick, H. (2022). Investigating how online fashion product page design affects the consumer's clothing fit appraisal. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(6), 1478–1493. <https://doi.org/10.1002/cb.2100>
- Dewanata, P. (2022). Analisis Volume Saham Campina Ice Cream Industry Tbk. (ISSI): Regresi dengan Teknik Imputasi LOCF. *Journal of Islamic Economics and Business*, 7(December), 122. <http://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/ijoieb>
- Digital, L., Guru, B., Calon, D. A. N., Sekolah, G., Penunjang, S., & Dan, P. (2022). 3 1,2,3. 2(01), 87–94.
- Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (2021). Penerapan Sustainable Fashion dan Ethical Fashion dalam Menghadapi Dampak Negatif Fast Fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1), 1–6. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44683>
- Entaresmen, R. A., Margaretha, F., Astuti, H. H., Karima, G. D., & Ufiandah, P. (2022). Mengembalikan Kejayaan Pasar Tanah Abang Di Era Pandemi Melalui Peningkatan Kinerja Para Pedagang (UMKM). *progresif: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.36406/progresif.v2i1.549>
- Ezenyilimba, E., Mbah, C. C., & Eze., J. O. (2019). Effect of Prouct Innovation on Organizational Sales Turnover (a study of Selected Beverage Companies in Anambra State). *Advance Journal of Economics and Marketing Research*, 4(7), 14–43. www.iaspub.org.uk/AJEMR/%0Aii.
- Fadillah, & Anismadiyah, V. (2019). Dampak Pembelian Online Terhadap Omzet Penjualan Busana Wanita Di Blok B Lantai Lg Los Ad, Pasar Tanah Abang. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2(4), 391–400. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3472242>
- Fahira, A. (2021). Strategi Pedagang Pasar Tanah Abang di Tengah Penutupan Pasar Saat Pandemi Covid-19. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58744%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/58744/1/ALIFIA%0AFAHIRA.FISIP.pdf>
- Fattach. (2017). Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Akuntansi*, 11(3), 451–460.
- Fauzan, M. (2020). Pemanfaatan Media Digital Untuk Pengenalan Angka Arab. *Prosiding Konferensi Nasional Bahasa Arab*, 352–364. <http://prosiding.arab->

um.com/index.php/konasbara/article/view/722

- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Fithri Setya Marwati, Dimas Ilham Nur Rois, Purnama Siddi, E. M., & Istiqomah, P. F. M. (2024). *Optimalisasi Penggunaan Media Digital Marketing dan Pengurusan SIPP-PIRT dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Fithri Setya Marwati , Dimas Ilham Nur Rois , Purnama Siddi , Endang Masithoh , Istiqomah , Peni Febrianita Meliana Fakultas Ekonomi Universitas Is. 06(01)*, 1–7.
- Fitria, N. (2021). Kemampuan Keaksaraan melalui Media Digital “Bermain Keaksaraan” pada Anak Usia Dini. *Raudhatul Athfal: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 5(1), 36–49. <https://doi.org/10.19109/ra.v5i1.6781>
- Fitriah, S. (2022). Inovasi Pemasaran Pada Era Modern Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Busana Anak. *Jurnal Pemasaran Pada Era Modern Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Busana Anak*, 7(3), 19–25. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/pkk/issue/view/996>
- Gunarto, W. S., & Susanto Pranoto, H. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, E-Commerce, Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Toko Offline Pada Family Business Universitas Ciputra Angkatan 9. *Performa*, 8(2), 169–177. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i2.3051>
- Hamzah, R. E., Citra, D., & Putri, E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat, Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Handayani, W. (2022). Smes sales performance : how the role of product innovation , entrepreneurship. *Design Engineering*, February(1), 935–947.
- Hazrati Havidz, H. B. (2022). Effect of Price Perception and Service Quality on on Purchase Decisions. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 469–481. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4.1473>
- Hellyatul Auwalia, N., Dianta S, K. A., & Wibowo, A. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Digital Payment Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus UMKM Di Pasar Tanah Abang). *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(5).
- Hernandez, R. J., Cooper, R., Tether, B., & Murphy, E. (2018). Design, the Language of Innovation: A Review of the Design Studies Literature. In *She Ji* (Vol. 4, Issue 3, pp. 249–274). Tongji University Press. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2018.06.001>
- I Wayan Willy Mustika, & Salsa Bila Jihan Maulidah. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(1), 7–12. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i1.1716>

- Indriyani, R., & Shan, J. A. (2024). The Role Of Product Innovation And Marketing Performance In Enhancing Competitive Advantage In Micro, Small, And Medium Enterprises (MSMEs) In The Fashion Sector. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(3), 3229–3242. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i3.5974>
- Irmayanti, L., & Fasa, M. I. (2022). *Analisis Kesadaran Industri Fashion dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui Produksi dan Konsumsi Sustainable Fashion Menurut Perspektif Ekonomi*. 03(02), 1–18.
- Jabat, D. E. B., Tarigan, L. L., Purba, M., & Purba, M. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 2(2).
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746. <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>
- Juliani, T. G. (2023). Pengaruh Lokasi , Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarama di Graha Asri Cikarng. *Mirai Management*, 8(2), 249–259.
- Julianto. (2023). Analisis Digital Fashion Dalam Perspektif Teknologi, Sistem Informasi, Dan Bisnis. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 2(1), 71–78. <https://doi.org/10.30872/atasi.v2i1.726>
- kadin.id. (2024). *UMKM Indonesia*. Kadin.Id/Data-Dan-Statistik/Umkm-Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Karinadiva. (2024). *Manfaat Era Digital dalam Dunia Fashion di Indonesia*. Telkomuniversity. <https://sci.telkomuniversity.ac.id/manfaat-era-digital-dalam-dunia-fashion-di-indonesia/>
- Kerti Yasa, N. N., Wardana, I. M., Adnyani, I., & ... (2022). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Social Media Marketing untuk Meningkatkan Kemampuan Promosi dan Omset Penjualan (Bagi Pelaku Bisnis UMKM Sektor Fashion Di Kota Denpasar). *JUPADAI: Jurnal ...*, 1(1), 59–65.
- Kezia Angelita, & Budi Santosa Kramadibrata. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Harga Jual Terhadap Omzet Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 231–253. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i3.393>
- Khaidir Ali Fachreza, Mukhlis Harvian, Nasya Zahra, Muhammad Izzudin Islam, Muhammad Daffa, Miftahul Chair, & Mia Lasmi Wardiyah. (2024). Analisis Komparatif antara Probability dan Nonprobability dalam Penelitian Pemasaran. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 108–120. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.248>

- Kim, K., Ko, E., & Lee, Y.-I. (2012). Art Infusion in Fashion Product: The influence of Visual Art on Product Evaluation and Purchase Intention of Consumers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 3(4), 180–186.
<https://doi.org/10.1080/20932685.2012.10600848>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Pearson.
<https://books.google.co.id/books?id=EKANlwEACAAJ>
- Kulsum, U. (2024). *Tergerus Online Shop, Omzet Pedagang Pasar Tanah Abang Turun Hingga 50%*. Kompasiana.
https://www.kompasiana.com/umikulsum4176/6772646934777c7e251aa982/tergerus-online-shop-omzet-pedagang-pasar-tanah-abang-turun-hingga-50?page=all&page_images=1&utm_source=chatgpt.com#goog_rewarded
- Kunto Inggit Gunawan, Mataji Mataji, & Sigit Santoso. (2024). Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Usaha Mikro Kue Tradisional “Puji Lestari” Di Menur Pumpungan Surabaya. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(2), 68–77.
<https://doi.org/10.55606/kreatif.v4i2.3382>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72.
<https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>
- Lestari, L. L. (2023). Pengaruh Media Promosi , Kualitas Produk , Harga , Inovasi Produk Dan Varian Produk Terhadap Kenaikan Omzet Penjualan Butik Ratu Grosir Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 321–331.
- Lisnawati. (2023). Tantangan UMKM Di Tahun 2024. *Isu Sepekan Bidang Ekkuinbang, Komisi VI DPR RI*, 1–2.
https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu_Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 739–748. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>
- Lukman, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Peningkatan Penjualan Kertas pada PT. Surya Abadi Pratama Sejahtera (Parepare)*. 1–124.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature

Review Manajemen

Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403.

<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

- Mahzura, T. A. S. (2020). Pemanfaatan E-Commerce dalam Peningkatan Penjualan pada Buger Sei Putih Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 2(1), 65–80.
- Manihuruk, B. P., & Darmawan, E. D. (2021). Analisis Omzet Penjualan Pada Cv. Kaldera Panen Pertiwi Ditengah Pandemi. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 246–253. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.269>
- Maulana, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk , Lokasi , dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Produk PUYO). In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Muhammad Ikhsan, & Muhammad Hasan. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39–46. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i1.41>
- Muntaha, N. G., & Amin, A. (2023). Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 2548–2554.
- Munzir, T., Tanjung, R., Ismanto, W., Arifin, A., & Manan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Dimensi*, 10(1), 178–196. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Nagle, T. T., & Müller, G. (2018). *The European Space Technology Strategy and* (6th ed.). https://www.academia.edu/39005285/THE_STRATEGY_AND_TACTICS_OF_PRICING?source=swp_share
- Naila, N. D., & Riofita, H. (2024). *Tren Pemasaran Digital: Tantangan, Peluang, Dan Strategi Inovatif Dalam Mengembangkan Bisnis Dengan Teknologi Digital*. 6(1), 205–226.
- Nurahmah Latief. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Omzet Penjualan Handphone pada DP Store Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1), 75–84.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pada, P., Dapur, U. K. M., & Depok, J. (2023). 1 , 2 , 3. 17, 182–197.

- Pambudi, E. L., & Setiawan, A. H. (2020). Analisis Perbedaan Sebelum dan Sesudah Pemberian KUR Mikro dari Bank BRI terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil di Kabupaten Kendal (Studi Kasus: Kecamatan Kaliwungu, Kecamatan Boja, dan Kecamatan Limbangan). *Diponegoro Journal of Economics*, 9(3), 14–24. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Pascaunair. (2024). *Innovation in Design : Membangun Keunggulan Kompetitif di Industri Kreatif*. Elh.Pasca.Unair.Ac.Id. <https://elh.pasca.unair.ac.id/innovation-in-design/>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Masita, & Meilida Eka Sari, (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Pramadyanto, M. R. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc*. 69–92.
- Prodjo, W. A. (2025). *Pedagang Keluhkan Blok B Pasar Tanah Abang seperti Mati Suri, Omzet Terjun Bebas*. Kompas.Com. <https://umkm.kompas.com/read/2025/01/16/182200183/pedagang-keluhkan-blok-b-pasar-tanah-abang-seperti-mati-suri-omzet-terjun-bebas>
- Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Sampoerna, S. T. (2022). The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 4(1), 59–68. <https://doi.org/10.34306/att.v4i1.228>
- Quintania, M., & Sasmita, S. (2020). Pengaruh Inovasi Desain dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i1.9491>
- Rabiyatul, A. (2022). Konsep Dasar Inovasi Pendidikan. *The Effects of Brief Mindfulness Intervention on Acute Pain Experience: An Examination of Individual Difference*, 1–27.
- Rahmat Jauhari Aisawa Krismanegara, Samari, H. P. (2021). *Meningkatkan omzet penjualan melalui optimalisasi kualitas produk ,variasi produk, dan persepsi harga pada nindy dekorasi*. 127–139.
- Rahmawati, F., & Novani, S. (2021). The Effect of Product Innovation, Value Co-Creation on Marketing Performance of a SMEs in Covid-19 Pandemic Era. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 20(2), 110–124. <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.110-124>
- Ricardo, R. (2021). Effect of Product Quality, Company Image and Price

- Perception on Customer Satisfaction. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(5), 553–569. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i5.1449>
- Riswan, M. S., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Smartphone Merek Iphone Apple di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 272–280. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34635>
- Rofikoh, S., Nurdiyanto, A. D., & Riyono. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Kualitas Produk terhadap Omzet Penjualan Barang (Studi Kasus pada Butik Grosir Thrift). *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 43–51. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*, 5th Edition. Free Press. <https://books.google.co.id/books?id=9U1K5LjUOWEC>
- Rohmatul Kamalia, A., & Ridwan Basalamah, M. (2022). Digital Marketing Shopee, Media Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan (Studi kasus pada penjualan Bykris Beauty). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 35–46. www.fe.unisma.ac.id
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 22(2), 117–125. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v22i2.12494>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sakinah, N., & Nanda, M. (2022). Trend Fashion di Kalangan Mahasiswa-Mahasiswi Universitas Negeri Surabaya. *Universitas Negeri Surabaya*, 2022, 32. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/37>
- Salsabilla, T., & Siregar, O. M. (2022). Analisis Penjualan Online Melalui Merchant Grab-Food Terhadap Peningkatan Omzet (Studi pada Forestthree Kota Baru, Kota Jambi). *Journal of Social Research*, 1(7), 751–760. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.146>
- Saripah, N. T. (2025). *Pengaruh E-commerce, Sosial Media, Digital Marketing, dan Digital Payment terhadap Pendapatan UMKM Fashion di Era Digital (Studi Kasus pada Little Bangkok Pasar Tanah Abang)*. 1–23.
- Satria Kamal, Muhammad Fajar Ramadan, & Eva Dwi Kurniawan. (2023). Pengaruh Inovasi, Kreativitas Dan Etika Bisnis Terhadap Bisnis Dalam Novel Gadis Kretek Karya Ratih Kumala. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 249–257. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.565>
- Selong, M. T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minuman Cokelat Kekinian Kota Sorong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 880–887.

- Setiawardani, M. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pascadisrupsi Akibat Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v8i1.2616>
- Setini, M., Amerta, Indiani, Laksmi, Triandini, E., Purwatiningsih, & Suardana, (2025). Digital Marketing Strategy As A Catalyst For SME Growth In The Modern Era. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 951–966. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v13i1.7888>
- Setiyawan, W., Sudarman, S., & Ellyawati, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Batako Bapak Adanto Di Rapak Dalam Tahun 2020. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.897>
- Sherly, Halim, F., & Sudirman, A. (2020). the Role of Social Media in Increasing Market Share of Msme. *Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 61–72.
- Siti, N. F. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. CV PUSTAKA SETIA.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 9, 2721–2731.
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Kamila, N. P. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Omset bagi UMKM Batik di Era Society 5.0. *DIMASEKA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.31941/dimaseka.v1i1.1>
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.23>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Suyatno. (2010). Inovasi, Maket Orientation dan Adertising Internal Audience Serta Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan. In *Jurnal STIE Semarang* (Vol. 2, Issue 1, pp. 46–53).
- Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (2020). Terhadap Penjualan Sepatu di Toko Sis Sport Shoes.
- Toni, B., Institut, E., Islam, A., Laa, N., Bogor, R., & Ariwibowo, P. (2021). Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus pada PT Granitoguna BC. *Reslaj: Religion*

- Education Social Laa Roiba Journa*, 3(1), 124–134.
<https://doi.org/10.47476/as.v3i1.xxx>
- Wahyudi, D., Rahayunianto, A., & Farida, F. (2022). Pengaruh Keterampilan Menjual Dan Kelengkapan Produk Terhadap Omzet Penjualan Tanaman Hias. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 35–47.
<https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.701>
- Wahyudiono, Hermanto, Y. B., Estiasih, S. P., & Aminatuzzuhro. (2024). Performance recovery of creative sector industries: strengthening management literacy and digital business innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00376-6>
- Wang, X., Bart, Y., Netessine, S., & Wu, L. (2025). *Impact of Multi-Platform Social Media Strategy on Sales in E-Commerce*. <http://arxiv.org/abs/2503.09083>
- Wasista, I. P. U. (2020). Strategi Inovasi Dalam Desain. *ISI Denpasar*.
- Widianto, F., & Nasution, M. A. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Perubahan Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Wuling Di Pt Arista Jaya Lestari Cabang Sm Raja Medan. *Journal Economic Management and Business*, 1(2), 169–175. <https://doi.org/10.46576/jfeb.v1i2.2837>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Xue, F., Tan, Y., & Anwar, S. (2024). Innovation strategy, digital transformation and competitive advantage of manufacturing enterprises: evidence from China. *European Journal of Innovation Management*, May. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2023-0786>
- Zamzamy, A. (2019). Menyoal Radikalisme Di Media Digital. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 5(1), 13.
<https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v5i1.318>