

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., H.A, I., Kessi, M. F., & Tajuddin, I. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Kartu Halo Telkomsel. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 19(2).
- Afdhal, M., Prawiro, R., & Fenia, S. Z. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial dan Marketplace untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*.
- Aji, S. A. S., & Matusin, I. O. M. (2023). Antecedent Dari Purchase Intention Pada Food Delivery Application Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1).
- Anggraini, N. (2022). Pengaruh Faktor Lingkungan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Di Lampung Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2).
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1).
- Candrian. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Suncris Mandiri dalam Membangun Penjualan Melalui E-Commerce Shope. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–15.
- Choirunnisa. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Home Industri Hasta Indonesia. *Univeritas Islam Negeri Sunan Ampel*, 1–2, 1–10.
- Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*, (Vol. 11). CV Andi Offset.
- Fadhli, K., Fitri, F., & Ismail, A. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Volume Penjualan Produk pada CV. Karya Apik Group. *MARGIN ECO*, 6(1).
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03).
- Galloway, C. (2020). Integrated marketing communication. *Public Relations: Theory and Practice*, 4th Edition, 186–208. <https://doi.org/10.4324/9781003116950-10>

- Hanif, M. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran “OPPO” Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada Toko Erafone Ciputat – Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 141–146.
- Hendrizal. (2025). Analysis Of Marketing Strategy In An Effort To Increase Sales Of. *Jurnal Ekonomi*, 5(4), 198–211.
- Hsb, S., Ria, R., & Hasibuan, A. (n.d.). *Strategi Pemasaran Produk Gadai Dalam Menarik Minat Nasabah Di Pt. Pegadaian Ups Sibuhuan*. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20466>
- Indah Lestari, N. (2021). Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(1).
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer
- Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162> Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Kholqi, H. S., & Septiarini, D. F. (2021). Pengungkapan Icsr, Reputasi, Visibilitas Dan Profitabilitas Bank Syariah: Penelitian Dengan Mediator Dan Moderator. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(3).
- Lestari, D., Masruchin, & Nur Latifah, F. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Pada Umkm Franchise Pentol Kabul Dalam Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1).
- Lubis, L. A., & Nasution, A. I. L. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Produk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1).
- Margahana, H. (2020). Peningkatan Pemasaran Produk Beras Organik Oku Timur di Desa Karang Sari Kecamatan Belitang Iii Kabupaten Oku Timur. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Maria Sendi, & Vuspitasari, B. K. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Maria Snack. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(2).
- Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1).

- Murnawan. (2023). Pelatihan Brand Identity untuk UMKM : Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital. *Abdimasku*, 6, 490–499.
- Mursito, H. (2020). Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM. *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p41-47.3949>
- Nathanael, J. (2020). Peningkatan Visibilitas Pengambilan Keputusan Divisi Akuntansi dan Keuangan di PT Sentra Wira Taktikal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2).
- Nola. (2021). Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Pt . Blue Ocean Heart Dalam Mempertahankan Penjualan Produk Handphone Vivo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 1(3203–3289), 1–9.
- Nurhuda, G. D. (2023). *Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Motor Pada Departemen Digital (PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung)*. Universitas Lampung.
- Puspitaningrum, Y., & Aji Damanuri. (2022). Analisis Lokasi Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2).
- Putri, F. K., Sumartik, S., & Hariasih, M. (2023). Visibilitas dan Penetapan Harga Terhadap Pengalaman Pelanggan Ayam Geprek Sa'i Cabang Beji. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2).
- Rahayu Pancaningsih, Shalli Habiibika Baaq, Risqa Nurul Latifah, Ananda Nur Wahit, Mellyza Dwi Handayu, Erlin Rahmawati, Vanya Divka Putri
- Rambe, D. (2025). Analisis Strategi Bersaing Penjual Ponsel di Jakarta : Kajian Berdasarkan Five Forces Porter. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 5(1), 1–12.
- Renouw, A. A., Pattiasina, R. Y., Rande, E., & Papua, U. K. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Oppo Smartphone Area Sorong. *Jurnal Sosal Science Research*, 3(2807–4238), 4467–4476.
- Rumonin. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Smart Phone Oppo Pada Toko Mpg Cell Fakfak. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 1(3032–7304), 1–8.
- Maharani, Monica Farissa Zain, & Aris Prio Agus Santoso. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop

- Kumara Store Di Sukoharjo. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4).
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). Mulawarman University PRESS.
- Rangkuti. (2015). *Analisis SWOT* (p. hal 31).
- Ratnasari, A., Hamdan, Y., & Julia, A. (2017). Promosi Penjualan Produk Melalui Instagram. *InterKomunika*, 2(2).
- Satria, R., & A.R., H. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Penjualan Produk KartuAS Telkomsel Cabang Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3).
- Satria, W. (2021). Jaringan Syaraf Tiruan Backpropagation Untuk Peramalan Penjualan Produk. *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 1(1). <https://doi.org/10.46576/djtechno.v1i1.966>
- Septia. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Sales Promotion Oppo Smartphone Area Wonogiri Dalam Mendorong. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Simanjuntak. (2025). Strategi Promosi untuk Meningkatkan Penjualan pada Gabe Cell Pamulang Tangerang Selatan (Specialist Accessories and Sparepart). *Jurnal Progressus Humanitatis*, 1(1), 18–28.
- Subagyo, B., & Murwaningsari, E. (2023). Pengaruh Visibilitas Media Dan Digital Bank Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Dengan Tata Kelola Sebagai Variabel Moderasi. *Technomedia Journal*, 8(1 Juni).
- Yolanda, F., & Dwiridhotjahjono, J. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Antena HDF Surabaya. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1). <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1841>
- Yudhanta, W. C. (2018). Pengaruh Konfigurasi dan Visibilitas Ruang pada Aksesibilitas. *Jurnal Arsitektur KOMPOSISI*, 12(1).