

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdatillah, Afifah & Hamida, Ulfi. (2022). Peran Promosi Online Shop Instagram dalam Menarik Minat Beli Produk Skincare di KDKoreamask Kediri. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. 6. 84-95. 10.30762/istithmar.v6i2.315.
- Andriyanty, R. (2022). Analisis Strategi Bisnis Online Shop Hitz\_Twinzshop. *Mediastima*. Vol 28(1).
- Antasari, D. (2016). Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Bisnis Online (Studi Kasus Kediri). *Revitalisasi*. Vol 5(1).
- Arischa, L. (2023). Penerapan Digital Marketing dan Offline Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Di Era New Normal pada PT. Musawa Jaya Perkasa. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*. Vol 2(1).
- Azmi, Muhammad & Joebagio, Hermanu & Suryani, Nunuk. (2017). Studi Pendahuluan Pengembangan Aplikasi Smartphone Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Sejarah. *Vidya Karya*. 31. 10.20527/jvk.v31i1.3974.
- Fathoni, A. (2017). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Rineka Cipta, Jakarta
- Firdaus, A. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Offline To Online (O2o) Terhadap Penjualan Umkm Mitra Aplikasi BadokanGresik.id. *Niagawan*. Vol 10(3).
- Friana, R., & Indriana, I. (2015). Pengaruh Intrapreneurship Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Tangerang. *Jurnal Manajemen Untar* .
- Hamilton, R. (2010). The Impact of Product Line Extensions and Consumer Goalson the Formation of Price Image. *Journal of Marketing Research*. Volume 47(1).
- Hapsari, D., dan Subawa, S. (2019). Manajemen Pergudangan PT Preformed Line Product Indonesia. *Jurnal Administrasi Kantor*. Volume 7(1).
- Ilrich, Karl T. & Steven D. Eppinger. (2012). *Product Design and Development*. Fifth Edition. Mc Graw Hill, Irwin.
- Kotler, Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong. (2014). *Principles of Marketing (12 ed.)*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip dan Keller. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Keenam. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip., Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Marti'ah, Siti. (2017). Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dalam Perspektif Ilmu Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*. Vol 3 No 2. <https://journal.trunojoyo.ac.id/edutic/article/download/2927/pdf>
- Moleong, L. J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Prasetyani, Devina, A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Endometriosis Pada Wanita Usia Subur Di Rskia Sadewa Yogyakarta Tahun 2017-2019*. Skripsi Thesis, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta.
- Robbins, Stephen P. & Mary Coulter. (2016). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P*. Erlangga, Jakarta.
- Setiawati, T., & Rahmawati, Y. (2017). Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga Universitas Pendidikan Indonesia. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 6(2), 81–93.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Suyatna, H., & Nurhasanah, Y. (2017). Sociopreneurship Sebagai Tren Karir Anak Muda. *Jurnal Studi Pemuda*. 6(1): 527-537
- Tjahjono, H.K dan Ardi H. (2008). Kajian Niat Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Untuk Menjadi Wirausaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 16 No.1
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Bandung: ANDI
- Trianda, Okki. (2014). Fighting Brand& Main Brand: Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Lini Produk PT. Sosro. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. Volume 3, Nomor 2
- Umar, Husein Umar. (2017). *Strategic Management InAction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Wijaya, D, (2017). Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya. Jakarta: PT. Grasindo.

Yunita, Gesnida. (2022). Pengaruh Desain Komunikasi Visual Estetika Dalam Daya Beli Konsumen Di Media Sosial. Jurnal Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa. 4. 1-5. 10.52005/dasarrupa.v4i2.138.

