

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W.R. and Lubis, E.E. (2017) *Strategi komunikasi pemasaran (Studi Pada event Tupperware home party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen pt. Riau Cahaya utami di kota Pekanbaru)*. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 4(1). Available at: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/13499>.
- Arguelles, R.M. (2014). *Personal Selling and Social Media: Investigating their Consequences to Consumer Buying Intention*.
- Avriyanti, S. (2020). Peran e-commerce untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (Studi pada UKM yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *PubBis : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 83–99. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v4i1.243>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Education.
- CNBC Indonesia (2022) *Catat, Ini Dia pengertian Dan Jenis-Jenis UMKM, CNBC Indonesia*. Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220217144409-72-316193/catat-ini-dia-pengertian-dan-jenis-jenis-umkm> (Accessed: 09 February 2023).
- Databoks (2022) *5 e-commerce Dengan Pengunjung terbanyak kuartal IV 2022: Databoks, Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022> (Accessed: 09 May 2023).
- Databoks. (2022) *Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/28/8-produk-yang-paling-diminati-konsumen-saat-belanja-online-apa-saja> (Diakses pada tanggal 18 Maret 2023).
- Dharma, R. (2022) *Era Digital: Pengertian, Kelebihan dan Dampak dari adanya Era Digital*, *Accurate Online*. Available at: <https://accurate.id/teknologi/era-digital/> (Accessed: 20 May 2023).
- Digital, iM. (2022) *Ini Kelebihan Dan Kekurangan e-commerce Yang Perlu Anda Tahu*, *SAP Express*. Available at: <https://www.sap-express.id/blog/ini-kelebihan-dan-kekurangan-e-commerce-yang-perlu-anda-tahu/> (Accessed: March 29, 2023).

- Duncan, T., & Caywood, C. (1996). The concept, process and evolution of integrated marketing communication. *The Journal of Advertising Research*, 36(4), 11-28
- DutaPertiwi (2023) ITC Cempaka Mas, Home - Duta Pertiwi. Available at: <https://dutapertiwi.com/development/international-trade-center/itc-cempaka-mas> (Accessed: April 30, 2023).
- Farhani, H., Raihan, R. and Sekarini, R.A. (2022) 'Pola Konsumsi Generasi Milenial Dalam Belanja Online (e-commerce) pada masa pandemic COVID 19', *Kinerja*, 4(1), pp. 32–40. doi:10.34005/kinerja.v4i1.1700.
- Felicia & Delliana, S. (2023). Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Customer Service Terhadap Customer Loyalty Credit Union Bina Seroja. *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 9(1), 1–11.
- Gunawan, I. (2016). Metode penelitian kualitatif teori dan praktik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadarfiah, S., & Candrasari, S. (2022). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop @Shoppingindong. *KALBISIANA : Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 8(2504), 1300–1308.
- Hadi, D. H. & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. Jurnal Competitive*, 19(1):32-41.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jad.v10i1.1934>
- Harahap, R. (2019). Makna Konsumen Tentang Pengalaman Berbelanja di Mall dan Toko Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 74(1), 17-24. <https://doi.org/10.20476/jab.v74i1.9978>
- Idmetafora (2022) ERA Digital: Pengertian, Kelebihan Dan Dampak dari adanya era digital. Idmetafora. Available at: <https://idmetafora.com/news/read/736/Era-Digital-Pengertian-Kelebihan-dan-Dampak-dari-Adanya-Era-Digital.html> (Accessed: 20 May 2023).
- Idris, M. (2021) *Pasar: Pengertian, Fungsi, Jenis, Dan Contohnya*, *KOMPAS.com*. Available at: <https://money.kompas.com/read/2021/10/15/135129526/pasar-pengertian-fungsi-jenis-dan-contohnya> (Accessed: 09 May 2023).

- Julianti, I. & Delliana, S. (2020). Rebel Together Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Madformakeup di Tengah Pandemi COVID-19. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2):207-228.
- Kemenkeu (2020) UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Available at: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html> (Accessed: 30 April 2023).
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Perkembangan Industri Mall di Indonesia. <https://www.kemendparekraf.go.id/berita/page/3386-perkembangan-industri-mall-di-indonesia>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). Pengertian UMKM. <https://www.kemenkopukm.go.id/page/pengertian-umkm>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). Data UMKM. <https://www.kemenkopukm.go.id/page/data-umkm>
- Komala, R.D. and Nellyaningsih, N. (no date) *Tinjauan implementasi personal selling Pada pt. Astra Internasional Daihatsu astra bic center bandung pada tahun 2017, eProceedings of Applied Science*. Available at: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3761/3565> (Accessed: 29 May 2023).
- Kitchen, P. J., Kim, I., & Schultz, D. E. (2019). *Integrated marketing communication*. Routledge.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2005). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Kumaran (2021) Pengertian era Digital Dan Dampaknya Untuk kehidupan manusia, Kumaran. Available at: <https://kumaran.com/kabar-harian/pengertian-era-digital-dan-dampaknya-untuk-kehidupan-manusia-1wvfOV0vP29/2> (Accessed: 20 May 2023).
- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–183. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1078>
- Leng, H. K., & Boo, H. C. (2017). The impact of online shopping on retail property. *Property Management*, 35(2), 192-210. <https://doi.org/10.1108/PM-05-2016-0021>

- Mnews (2021) *Strategi UMKM Dalam Beradaptasi di era Digital, Sahabat UMKM*. Available at: <https://sahabatumkm.id/galeri/strategi-umkm-dalam-beradaptasi-di-era-digital> (Accessed: 09 January 2023).
- Nur'aini, R.D. (2020) "Penerapan metode Studi Kasus Yin Dalam penelitian Arsitektur Dan Perilaku," *INERSIA: informasi dan Ekspose hasil Riset teknik Sipil dan Arsitektur*, 16(1), pp. 92–104. Available at: <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>.
- Pertiwi, D., & Parlindungan, D. R. (2016). Strategi Community Relations dalam Membentuk Perilaku Khalayak. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 2(2), 132–141.
- Rahmah, D. A., & Naning, S. (2019). Peran Marketing Public Relations Dalam Customer Loyalty Program Kerjasama Operasi Terminal Petikemas Koja Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 6(1), 39–47.
- Rizeki, D. N. 2021. Personal Selling: Arti, Pengertian dan Contohnya. Majoo. Diakses pada tanggal 17 Maret 2023 dari <https://majoo.id/solusi/detail/personal-selling>
- Rohaeni, H. (2016). Peranan promosi melalui personal selling terhadap volume penjualan. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2):223-231.
- Romadhon, R. (2021) *Perubahan Perilaku Konsumen Online Era Digital, Software seni Indonesia*. Available at: <https://www.software seni.co.id/blog/perubahan-perilaku-konsumen-online> (Accessed: 20 May 2023).
- SAS (2023) *What is Digital Marketing?*, SAS. Available at: [https://www.sas.com/en\\_us/insights/marketing/digital-marketing.html](https://www.sas.com/en_us/insights/marketing/digital-marketing.html) (Accessed: 09 March 2023).
- Salmaa (2023) *Penelitian Studi Kasus: Pengertian, Jenis, Dan Contoh Lengkapnya, Dunia Dosen*. Diakses pada tanggal 18 Maret 2023. Diakses dari: <https://www.duniadosen.com/penelitian-studi-kasus/>
- Salman & Haloho, H. N. Y. (2021). Pentingnya Integrated Marketing Communication Bagi Penggiat Pariwisata Kabupaten Belitung Timur. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.53008/abdimas.v2i1.131>
- Sirclo (2021) *Sirclo Dan Katadata insight center Luncurkan Riset e-commerce, 74,5% Konsumen Lebih Banyak Berbelanja Online Daripada offline*, Sirclo . Available at: <https://www.sirclo.com/blog/sirclo-dan-katadata-insight-center->

luncurkan-ri-set-e-commerce-745-konsumen-lebih-banyak-berbelanja-online-daripada-offline/ (Accessed: 09 February 2023).

Shimp, J. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion* (8th ed.). South-Western College Pub.

Stelter, B. (2013) *New way to deliver a drama: All 13 episodes in one sitting*, *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2013/02/01/business/media/netflix-to-deliver-all-13-episodes-of-house-of-cards-on-one-day.html?smid=pl-share> (Accessed: 06 May 2023).

Sundaro, H. (2022). Sundaro, H. (2022). Positivisme dan post positivisme: refleksi atas perkembangan ilmu pengetahuan dan perencanaan kota dalam tinjauan filsafat ilmu dan metodologi penelitian. *MODUL*, 22(1), 21-30. <https://doi.org/10.14710/mdl.22.1.2022.21-30>

Tambunan, T. (2019) "Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia," *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). Available at: <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>.

Villamor, Anthony Paul C., Argueller, Roberto M. 2014. Personal Selling and Social Media: Investigating Their Consequences to Consumer Buying Intention. *Internasional Journal Conference on Business Management* ( [www : http://dx.doi.org/10.15242/ICEHM.ED.214024](http://dx.doi.org/10.15242/ICEHM.ED.214024))

Wahyuni, S. (2020). Keberlanjutan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 17(2), 170-180. <https://doi.org/10.17358/jma.17.2.170>

Wong, David. (2017). Pengaruh ability, benevolence dan integrity terhadap trust, serta implikasinya terhadap partisipasi pelanggan e-commerce: studi kasus pada pelanggan e-commerce di ubm. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 2. 155-168. 10.36226/jrmb.v2i2.46.

