

DAFTAR PUSTAKA

- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019).** Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya, April*, 1–10. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62697327/EFEKTIFITASMARKETPLACEDALAMMENINGKATKANKONSENTRASIPEMASARANDANPENJUALANPRODUKUMKMDIJAWATIMUR20200401-119320-1bs9vk2-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1641742596&Signature=boUqg8~YHVLVd63iPrHqNGTHTIBuR-GLI2I6ofEX>
- Fitrianingsih, D., & Subroto, D. E. (2022).** Pengembangan Batik Cikadu Tanjung Lesung Melalui Digital marketing dengan Menggunakan Digital marketing & Ecommerce Sebagai Bentuk Promosi. *Pengabdian Masyarakat, 03(02)*, 93–100.
- Pradiani, T. (2018).** Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2)*, 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Qurhtuby, M., Fahira, D. N., & Agustina, E. (2021).** Digital Marketing Implementation: Implementasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Industri Di Kelurahan Tangkerang. *Jurnal Pendidikan Tabusai, 05(02)*, 63–068.
- Rachmawati, R. (2011).** Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik, 2(2)*, 143–150.