

DAFTAR PUSTAKA

Kusnendi. (2016). Pengaruh pemasaran digital terhadap penjualan produk (studi kasus pada PT. Eris Hosindo Pratama). Universitas Muhammadiyah Palopo.

<http://repository.umpalopo.ac.id/329/3/BAB%20-%20201620201.pdf>

Lestari, E. K. (2020). Pengertian Digital Marketing Menurut Para Ahli, Strategi dan Perkembangannya di Indonesia. Justaris.

<https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>

Nurjannah, S. (2016). Analisis Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Toko Bangunan UD. Cahaya).

Kwik Kian Gie College. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/2004/3/bab%202.pdf>

Tim Kompas. (2023, 12 Januari). 7 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli.

Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/12/100000869/7-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli?page=all>

Bama Digital. (2022). Marketing Menurut Para Ahli. Bama Digital.

<https://bamahadigital.com/marketing-menurut-para-ahli/>