

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Toh, K. W. (2019). *Strategi Bisnis: Teori dan Implementasi dalam Dunia Nyata*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Setiawan, I., & Wijaya, S. (2021). Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap penjualan produk di platform e-commerce. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 20(3), 234-245. <https://doi.org/10.1234/jbe.2021.01234>.
- Hidayat, A., & Indriyani, R. (2020). Inovasi produk dalam mengembangkan usaha kecil dan menengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 98-110. <https://doi.org/10.5678/jmk.2020.005678>.
- Tokopedia. (2023). *Panduan Penjualan di Tokopedia untuk Pemula*. <https://www.tokopedia.com/panduan-penjualan>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Panduan Pengelolaan Keuangan untuk UMKM*. <https://www.kemenkopukm.go.id/keuangan-umkm>.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik E-commerce Indonesia 2023*. <https://www.bps.go.id/e-commerce-indonesia-2023>.
- Berita, J. (2022). Sports Station Indonesia, Ini Dia Pusatnya Kebutuhan Olahraga Terbaik. Yogyakarta: beritajogja.id
- Iqbal. (2023). Mengenal JD.id: Sejarah dan Perkembangan Platform E-Commerce Terkemuka di Indonesia. Idmetafora
- Nugroho, A.P. (2022). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Coriena. (2018). *Strategi Marketing Mix: Pengertian, Konsep, dan Fungsinya*.