

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Andreas. 2021. *The Fundamental of Digital Marketing*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Alliyah, Siti dan Riskin Hidayat. 2015. “Pengaruh Intensitas Kompetisi Pasar Terhadap Kinerja Manajer UKM Melalui Informasi Sistem Akuntansi Manajemen”, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 4, No. 8 : 501-521.
- Assala, Khalil, Sucla Bylykbashi, Gilles Rochrich. 2021. “How To Measure Competitive Intensity?”, *European Journal of Economics, Law and Social Sciences*, Vol. 5, No. 1 : 22-42.1
- Babin, Barry J. dan Eric G. Harris. 2014. *CB7*. Boston : Cengage Learning.
- Chaffey, Dave and PR Smith. 2013. *Emarketing Excellence Planning and optimizing your digital marketing Fouth edition*. New York : Routledge.
- Chaffey, Dave and Fiona Ellis-Chadwick. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice Sixth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Chakti, Andi Gunawan. 2019. *The Book of Digital Marketing*.Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Christian, Homburg, Wayne D. Hoyer and Martin Fassnacht. 2002. “Service Orientation of a Retailer’s Business Strategy : Dimensions, Antecedents, and Performance Outcomes.”, *Journal of Marketing*, Vol. 66 : 86 -101.
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.com.
- Ford, John B. and Earl D. Honeycutt Jr. 2015. *Proceedings of the 1998 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference*. New York : Springer International Publishing.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Susanto, S. (2022, July). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada JNE Wahidin. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 577-587).
- Griffin, Ricky W., and Roland J. Ebert. 2007. *BISNIS, Edisi Kedelapan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Gumilang, Risa Ratna. 2019. “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industry”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 10, No.1: 9-14.
- Gunawan, Ce. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

- Gunawan, Didik. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gustina, I., & Teresa, T. (2022, July). Pengaruh Word of Mouth dan Positioning Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Ayo Deal Indonesia Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, Dan Teknologi* (pp. 620-631).
- Habiby, Wahdan Najib. 2017. *Statistika Pendidikan*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Homburg Christian, Wayne D. Hoyer and Martin Fassnacht. 2002. "Service Orientation of a Retailer's Business Strategy : Dimensions, Antecedents, and Performance Outcomes", *Journal of Marketing*, Vol. 66 : 86-101.
- Hummel, John W. and Ronald Savitt. 1998. "Integrated Customer Service and Retail Strategy", *International Journal of Retailing*, Vol. 3, No. 2 : 5-21.
- Kartono, Salim. 2010. *CRISIS to WIN*. Jakarta: TransMedia Pustaka.
- Khoziyah, Siti dan Evawani Elysa Lubis. 2021. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPOPCONNECTION", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10, No.1 : 39-50.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Magin, Vera. 2006. *Competition in Marketing: Two Essays on the Impact of Information on Managerial Decisions and on Spatial Product Differentiation*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Muharto. 2020. *Pariwisata Berkelanjutan: Kombinasi Strategi dan Paradigma Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta : Deepublish.
- Manik, D. E. M. (2021). Analysis of the Impact of Product and Advertising Innovation on Sales Volume. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 162-169.
- Nugraha, Billy. 2022. *PENGEMBANGAN UJI STATISTIK: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Bakipandeyan: Pradina Pustaka.
- Nuraisiah, Rohaelis. 2018. "Pengaruh Intensitas Persaingan, Delegasi, Strategi dan Perubahan Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Organisasi", *Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1 : 111-135
- Peter, J. Paul, and Jerry C. Olson. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York : McGraw-Hill/Irwin.
- Priyono. 2021. *Analisis Regresi dan Korelasi Untuk Penelitian Survei (Panduan Praktis Olah Data dan Interpretasi: Dilengkapi Cara Perhitungan Secara Manual)*. Guepedia.

- Purnomo, Rochmat Aldy. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo : WADE Group.
- Rachmadi, Tri, dan S.Kom. 2020. *The Power of Digital Marketing*. TIGA Ebook.
- Rahman, Karlina Ghazalah. 2021. *Good Governance dan Pengendalian Internal Pada Kinerja Pengelolaan Keuangan Teori dan Praktek*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Rizaldi, Arjuna and H. Hidayat. 2020. "Digital Marketing Communication Strategy", Vol. 9, No.2 : 101-110.
- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk, and Havard Hansen. 2012. *Consumer Behaviour : a Europeam Outlook, Second Edition*. New Jersey : Pearson Education.
- Schulze, Patrick. 2009. *Balancing Exploitation and Exploration Organizational Antecedents and Performance Effects of Innovation Strategies*. Weisbaden : Gabler Verlag.
- Suardhika, I Nengah. 2021. *Model Strategi Bersaing Berbasis Sumberdaya Bagi Usaha Kecil dan Menengah*. Sumatera Barat : Azka Pustaka.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang, Achmad Fachrodji, dan Adman Nursal. 2011. *Pemasaran Strategik Perspektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. Bogor : IPB Press.
- Witjara, Edi. 2019. *Digital Business Valuation*. Jakarta : Rayyana Komunikasindo.
- Worm, Stefan. 2012. *Branded Component Strategies Ingredient Branding in B2B Markets*. Weisbaden : Gabler Verlag.
- Yudiatmaja, Fridayana. 2013. *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta : PT Gramedia.
- <https://www.statistikian.com/2013/07/tabel-kolmogorov-smirnov.html>
- <https://www.statmat.net/uji-heteroskedastisitas/>