

DAFTAR PUSTAKA

References

- Ansari Harahap, D. a. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen sains Indonesia*, vol 9.
- Arifin, H. (2019). *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asse, R. A. (2018). Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 224-225.
- Bayu Bagas Hapsoro, P. S. (2019). *Peran Marketing Online sebagai Update Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota SEmarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Devi Amiliana, M. F. (2022). Strategi Pemasaran Online dan Offline Dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 54.
- Dimas Hendika Wibowo, Z. A. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60-64.
- Fawzi, M. G. (2021). *Strategi Pemasaran "Konsep, Teori dan Implementasi"*. Banten: Pascal Books.
- Ir. Agustina Shinta, M. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Pres).
- Keller, K. d. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: 13th edition.
- Khoirun Nisa, A. L. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*, 56.
- Kotler dalam Wahyu Mariaji dan Tri Yuniati. (2011:206). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN COMPACT DISC (CD) DI SURABAYA.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2004:21). *Manajemen pemasaran 2, edisi milenium*, Jakarta: PT. IKRAR mandiri.
- Luthfia K. (2012). pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, struktur modal, dan corporate governance.
- Moh Rofiki, K. M. (2021). Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 213-216.

Nabhan dan Kresnaini. (2005). faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada rumah makan di kota batu. jurnal ekonomi dan manajemen, vol 6 no.3.

Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud.Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 51-54.

Said, H. Y. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.

Sunyoto, D. (2013). *Metode dan Instrumen penelitian (Untuk Ekonomi dan Bisnis)*. Yogyakarta: CAPS(Center for Academic Publishing Service).

Swatha dan Basu. (2000:222). pengantar bisnis modern, pengantar ekonomi perusahaan modern.

Tjipnoto, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: 3rd edition.

Yuniatidalam Wahyu Mariaji dan TriTjiptono. (2010:135). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COMPACT DISC (CD) DI SURABAYA .

