

DAFTAR LITERATUR

- Asse, R. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba*.
- Basuki Cahyono, D. A. (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing Dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *jurnal.unpand.ac.id*.
- Chaffey, D. & Smith, P. (2017). *"Digital Marketing Excellence: Planning, Organizing and Integrating Online Marketing"*. Oxford: Elsevier.
- Deru R. Indika, C. J. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*.
- Dewi Nuraini, E. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online dan Offline. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 231-239.
- Djayakusumah. (2010). *Periklanan*. Bandung: Rosda Karya.
- E. Desi Arista, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Widyamanggala*, 37-45.
- Engel, James F., et al. (1998). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Febriyanto, F. (2017). Optimalisasi Pemasaran Melalui Pembentukan Kelompok Hasil Panen Budi Daya Karet Rajabasa Lama Labuhan Ratu Lampung Timur. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 35-41.
- Fitriani, A. K. (2021). Strategi Pemasaran Kedai Kopi "Cofee Et Bien" Kota Metro - Lampung. *Jurnal Manajemen Derivatif*, 15 (1), 22.
- Ghazali, M., (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House.
- Gita Sagita, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 24-31.
- Hansen, T. M. (2014). Predicting Online Grocery Buying Intention: A comparison of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior. *International Journal of Information Management*.

- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia : Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Kemarauwana, dkk. (2022). Upaya Pencitraan Apotek dan Keragaman Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Satyagraha Universitas Mahendratta*, Vol. 5, No. 2.
- Khoirun Nisa, A. L. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*.
- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance World (TAM) dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3.
- M. H. Khoirudin, A. F. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Laznas Nurul Hayat Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam UNESA*, Vol. 3 (1), 71-78.
- Nurmayanti, P. (2016). Pengaruh Daya Tarik Iklan Motivasi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Pajero Sport Pada PT. Sumatera Berlian Motor Rantauprapat. *Jurnal ECOBISMA*.
- Nursam, N. (2017). Manajemen Kinerja. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 167-175.
- Nusarika, L. A. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4, 2380-2406.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Pingky Kurnia Sari, F. (2022). Strategi Pemasaran Penerapan Digital Marketing Pada UD Bimo Dwi Karya Pekalongan Lampung Timur. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(3), 645-656.
- Ranius, A. Y. (2014). Hubungan Pemasaran Secara Online Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian. *Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)*, 1-6.
- Abrams, Rhonda. (2008). *The Owner's Manual for Small Business*. Kanisius.
- Strauss, J. E.-A. (2013). *"E-Marketing International"* (3rd Edition ed.). New Jersey: Upper Sadle River.
- Sudarwan Danim, Y. D. (2010). *Administrasi Sekolah dan Manajemen Kelas*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Mandar Maju.

- Tjiptono, Fandy. (2015). "*Strategi Pemasaran*", Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Usmadi. (2020). Pengujian Prasyarat Analisis (Uji Homogenitas dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*.
- Yogia, A. R. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Universitas Islam Riau Journal*, 149-172.
- Yulianto, B., Dewi, L. C., & Wijaya, O. (2014). Peran Website Restoran Terhadap Daya Tarik Konsumen Online. *ComTech*, 1096-1109.
- Zulfadli Hamzah, M. A. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online dan Offline pada Hijab (Studi Kasus: Mahasiswi Universitas Islam Riau). *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*.