

## DAFTAR PUSTAKA

- Putri, L. R. (2019). *Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ladyfame Shop di Bandar Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/7019>
- Rayliem, R., Yuliana, & Arwin. (2022). Analisis Disiplin Kerja Pada PT. Mekada Abadi Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 204–209. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.514>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sitorus, M. C., & Kurniawan, A. (2021). PENGARUH PENJUALAN TUNAI DAN PENJUALAN KREDIT TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN PADA PD GLORIA BANDUNG. In *Jurnal Financia* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/financia>
- Valia Ogana, S., Ariyanti, I., Novianti, L., Studi, P., Manajemen, D.-I., Jurusan, I., Informatika, M., Sriwijaya, N., Srijaya, J., Bukit Besar, N., Lama, B., & Kunci, K. (2020). PENERAPAN E-COMMERCE PENJUALAN PRODUK RUMAH KREATIF BATURAJA MITRA BINAAN PT SEMEN BATURAJA (Persero) Tbk. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 102.
- Yudha, A. P., & Irawan, A. W. (2022). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi) ANALISA IKLAN MELALUI FITUR INSTAGRAM ADS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FROZEN FOOD*. 8(1), 55– 74. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/jimfe/index>
- Zahra Yuswana, A., Dewatmoko, S., Sitti Rochmah, T., Garnida, A., Tinggi Ilmu Administrasi Bagasasi, S., & Sekretari dan Manajemen Taruna Bakti, A. (2022). Analisis Strategi Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Saung Angklung Udjo. In *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis* (Vol. 13).
- Wahyuni, S., B, M., Lubis, A., & Batubara, S. (2020). Penjualan Online Ikan Asin sebagai salah satu Usaha Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Nelayan Bagan Deli. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 8(1), 5214. <https://doi.org/10.29313/ethos.v8i1.5214>
- Lancarya, P. Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian. Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2016.

- Ardiansari, A. (2022). PENGARUH ADANYA SISTEM PENJUALAN ONLINE TERHADAP PASAR TRADISIONAL BENOWO SURABAYA. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(4), 210–219.
- Fauzi, A. (2022). *PENGARUH DESAIN USER INTERFACE, HARGA PRODUK DAN REPUTASI MERCHANT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET DI TOKOPEDIA (STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edii13 ed.). Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran (Teori Dan Implementasi)*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretatif, interaktif dan konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.