

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin Sapta Rini, & Achmad Fauzi. (2024). Mempertahankan Dan Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pemalang Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 9–15.
<https://journal.admi.or.id/index.php/JEKMA/article/view/1204>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
<https://journal.stiehidayatullah.ac.id/index.php/tadbir/article/view/102>
- Dewi, N. A., Luayyi, S., & Atarie, P. N. (2022). Analisis Perbandingan Volume Penjualan Menggunakan Strategi Pemasaran Offline Dan Online Terhadap Pertumbuhan Laba Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 7(4), 52–68.
<https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/article/view/2950>
- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian*, CV. Andi Offset.
- Erwin, Judijanto, L., Kaligis, Jenny, N., Islami, V., & Musprihad, R. (2023). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi PT. Green Pustaka Indonesia*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1–16.
<https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/6308>
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16–26.
<https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/3694>
- Haque-Fawzi, Marissa, G., Iskandar, Ahmad, S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Pascal Books.
<http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Indra Santoso, F., & Fatchurrohman, M. (2022a). Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(2), 51–57.
<https://ojs.journals.id/index.php/jishi/citationstylelanguage/view/30>
- Indrasmitha, G., Yuswono, I., & Rahmadhani, S. (2022). Pengaruh Metode

Marketing Online dan Offline terhadap Peningkatan Omset UMKM pada Situasi Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT), 13(1), 95–104.

<https://journal.jimat/index.php/v/article/view/403>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 edisi 12.*

—————, (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12. PT. Indeks.*

Lindiatatie, L., Shahreza, D., & Wati, L. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan *Offline dan Online Produk Fashion Meccanism Sebagai Cara Menarik Konsumen. CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis, 4(1), 333–345.*

<https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/2574>

Mas'adi, M. (2020). *Manajemen Pemasaran, Desanta Muliavisitama, Ikapi Banten.*

Nainggolan, R. M., Sinaga, B. L., Siregar, Z., & Khaira, I. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan Online Dengan Offline Pada Usaha Showroom Nabosi Mobil Jalan Ring Road No . 58 Abc , Tanjung Sari Kota Medan

<https://jicnusanantara.com/index.php/jiic/article/view/568>

Putri, R. A., Chahyono, C., & Ruslan, M. (2023). Analisis Perbandingan Pembelian Online Dan Offline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Indomaret Di Kecamatan Manggala. *Indonesian Journal of Business and Management, 6(1), 62–68*

<https://journal.unibos.ac.id/jbm/article/view/3858>

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.*

Sagita, L., Isma, A., & Fufita, N. (2022). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Butik L by Laudya Cynthia Bella dan Butik Audira di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan, 2(3).*

<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/JUMBIKU/article/view/916>

Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store. *Center of Economic Students Journal, 6(2), 127–140. .*

<https://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CSEJ/article/view/578>

Sihabudin, A., Fitriyani, D., Luhfi, M., Ayu, N., & Hisniati, Sally, B. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Dan Preferensi Konsumen Dalam Belanja Melalui Online Shop Dan Offline Shop. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 3(Mi), 5–24.*

<https://jurnal.staipelitanusa.ac.id/index.php/jpn/article/view/32>

Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.

<https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/view/1147>

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi CV Andi Offset*.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esiensi & Aplikasi CV. Andi Offset*.

Wibowo, A. (2015). *Pengantar Pemasaran Bisnis Digital*, Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.

Wibowo, A. (2018). *Pengantar Marketing (Seni Menjual Produk Bisnis)*, Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran CV. Budi Utama*.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis CV. Andy Offset*.

