

DAFTAR PUSTAKA

Maulana, S. M. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).

Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Strategi Pemasaran. *Preshallindo, Jakarta*.

Imaniar, N., Indrawan, A., & Nurmilah, R. (2020, September). PENGARUH PENJUALAN TERHADAP LABA KOTOR (Studi Kasus Pada Home Industry Kopi Karuhun). In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 5, No. 1, pp. 583-591).

II, B. A. Pengertian Pemasaran.

Kamaluddin, I. H. A., & Patta Rapanna, S. E. (2017). *Administrasi Bisnis* (Vol. 1). Sah Media.

ANALISIS PERBANDINGAN STRATEGI PEMASARAN ONLINEDAN OFFLINE PADA TOKO ALEA PASAR TRADISIONAL MODERN (PTM) KOTA BENGKULU (Afifah, I., & Sopiany, 2017)

DADI SURAAATMAJA, 094020170 (2015) *PENGARUH PENERAPAN PROSEDUR PENJUALAN DAN MANFAAT ANGGARAN PENJUALAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN (Studi pada PT Pupuk Kujang (Persero) Cikampe)*. (Suraatmaja, 2015)

Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ladyfame Shop di Bandar Lampung) (Putri, 2019)

METODE KUALITATIF PENERAPANNYA DALAM PENELITIAN (Dwiyanto, 2021)

STATISTIK DESKRIPTIF DALAM PENELITIAN KUALITATIF (Amirotun Sholikhah, 2016)

Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).

Kristanto, Y. A., & Nugraha, A. K. N. A. (2023). Evaluasi Layanan Penjualan Makanan Secara Offline dan Online. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(1), 119-136.

Dewi, N. A., Luayyi, S., & Attarie, P. N. (2022). ANALISIS PERBANDINGAN VOLUME PENJUALAN MENGGUNAKAN STRATEGI PEMASARAN OFFLINE DAN ONLINE TERHADAP PERTUMBUHAN LABA DI MASA PANDEMI COVID-19 (PADA USAHA KONVEKSI BAROKAH DI KABUPATEN TULUNGAGUNG). *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 7(4), 52-68.

Dermawan, A. A. (2020). *Analisis Faktor-faktor Pengaruh Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Skin Care melalui Offline dan Online* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

Nelson, N., Novalia, N., & Hidayah, N. (2021). Analisis Perbandingan Penjualan Offline dan Whatsapp Blast di Masa Pandemi Covid-19 (Study Kasus di Showroom Hammer Mall Boemi Kedaton). In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, No. 1, pp. 54-60).

Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek Beradek di masa Pandemi Covid-19 (Adina Dwijayanti, 2021)

Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran.

Winarto, H. (2011). Strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto*, 14(3), 23137.