

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, T. (2017). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran *Online* Dan *Offline* Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Anisa Yusrina Nanda. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif Bagi Pengguna *E-Commerce*.
- Arischa, L.Y. dan Sri h.p. 2023. Penerapan Digital Marketing dan Online Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Di Era New Normal Pada PT. Musyawa Jaya Perkasa. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*. 2963-2730.
- Aufa, Qomarudin. 2019. Eektivitas Metode Pemasaran Secara *Online* dan *Offlin* Terhadap Hasil Penjualan (Studi Pada Toko Helm Kafana Store). Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Cahyono, B.,et al. (t.thn.). 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. Kendal: Universitas Pandanaran.
- Efiyani, N.S. Farida, Y. Dan Hairul. 2021. Analisis Strategi Pemasaran *Online* dan *Offline* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Hifa Collection Rantau.
- Fitriansyah, A., Netti N., dan Dexi, T. 2023. Studi Komparatif Pemasaran Offilne Store Dengan Pemasaran Online B2C Pada UMKM Warbaks Sotang Mozarella di Rengasdengklok. *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 8, No 4.
- Hidayat, R. (2021, Januari 26). *Manfaat dan Keuntungan Pemasaran Online (Online Marketing)*. Dipetik April 8, 2021, dari kitapunya.net: <https://www.kitapunya.net/manfaat-dan-keuntungan-pemasaran-online/>
- Ikhwan, A. Sinta R. (2021). Strategi Bisnis Terintegrasi Antara Online dan Offline Untuk Meningkatkan Pemasaran. *Jurnal Proceeding Seminar Nasional and Call For Papers* 265-5306 189-191
- Kurniasari, F., Darmayanti, N. dan Astuti, S.D. 2017. Pemanfaatan Aromaterapi pada Berbagai Produk (Parfum Solid, Lipbalm, Dan Lilin Anti Nyamuk). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. 1 (2) : 13-17.
- Kurniawan, R., Anas, K.H., dan Puteri, A.S. 2021. *Online dan Offline Marketing: Sebuah Perbandingan Pada Penjualan Toko Roti Mayang Sari di Lampung*. *Jouenal of Economic and Bussiness Retail*. Vol: 01, No:02.
- Lindiawati. Dhona, S., dan Lisna, W. 2024. Analisis Perbandingan *offline* dan *online* Produk Fashion *Meccanism* Sebagai Cara Menarik Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Vol, 4. No. 1.
- Maulana, S.M., H. Susilo, Riyadi. 2015. Implementasi *E-Commerce* Sebagai Media Penjualan *Online* (Studi Kasus Pada Toko Patbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29 (1): 3-4.

- Muna. 2019. Pengaruh Pembelian *Online* dan Pembelian *Offline* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Nathan. (2019, January 25). *7 Pengertian Pemasaran Online Menurut Para Ahli*. Dipetik April 8, 2021, dari nathangondohartono.com: <https://nathangondohartono.com/bisnis-online/pengertian-pemasaran-online-menurut-para-ahli/>
- Priambudi, R. P. G., & Setyowati, E. (2017). Analisa Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 433–450. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEM17/article/view/1202>
- Ratna, I., dan Hidayati, N. 2022. Analisis Perbandingan Tingkat Kesetiaan Pelanggan Pada Toko Online dan Toko Konvensional Jenis Produk Pakaian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol 3(3):156-1578.
- Ratnasari, M., dan Mochammad, D.R.M. 2024. Difference In Sales Levels During The Covid-19 Pandemic And After The Covid-19 Pandemic At Kedai Lembayung Surabaya. *Jurnal ilmiah Indonesia*. 4(1), 85-92.
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian* (Cetakan 10). Alfabeta.
- Sari, N. Puspita (2021) dengan judul Analisis Komparatif Strategi Pemasaran *Online* dan *Offline* Pada UMKM Rengginang Umi Tegal. Politeknik Harapan Bersama. Tegal.
- Sulaiman, dan Lestari, R. D. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mie Ayam Bakso Podomoro. *Adminika*, 6 (1), 135-143.
- Yun, Y., dan Nurmansyah, A. A. H. 2020. Keunggulan Bersaing Produk Parfum yang Dipengaruhi Oleh Rantai Nilai Melalui Koordinasi Rantai Pasokan Parfum di Kota Cimahi. *Inovasi*. 16 (2) : 362-372.