

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. L. M. B. (2018). Pengaruh Promosi Online Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Jurnal Gaussian*, 5(1), 1–10.
- Azizah, L. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Shop Nyemil Cemil Tulungagung Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 178–186. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1.89>
- Azka, Zahrah Nabila, 2017 “*Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka*”, Tesis(Bandung: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan)
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan, 2009, *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tentang Pendapatan No.23*, Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia
- Diandra Teviani, 2018 “Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi“ (Studi deskriptif kualitatif pada produk teh Thailand pikameame di Yogyakarta), *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Dwiantari, Scorina, and Masine Slahanti. "Media Sosial Whatsapp Bisnis sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 3.2 (2022): 75-82.
- Dima, E. T. . (2021). Analisis Pengaruh Modal Dan Harga Terhadap Tingkat Pendapatan OnlineShop Di Kecamatan Koting (Studi kasus Di Desa Koting, Kecamatan Koting,KabupatenSikka).*Ekopem:JurnalEkonomi Pembangunan*, 6(3), 32–41. <https://doi.org/10.32938/jep.v6i3.1522>
- Edi Suryadi, Hidayat ginanjar, dan M.Priyatna. 2016. *Penggunaan sosial media whatsapp dan pengaruhnya terhadap disiplin belajar peserta didik pada mata pelajaran pendidikan agama islam* (studi kasus di SMK analis kimia YKPI Bogor. *Jurnal pendidikan islam*,
- Febriyanto. (2021). *Pengaruh promosi online dan harga terhadap keputusan pembelian dimasa pandemi covid 19 pada berkah mobil medan skripsi oleh : program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area medan pengaruh promosi online dan harga terhadap keputusan. pendidikan islam*,
- Ghifary , Ahmad- Nafis, Rizalun. 2017. *Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada produk jilbab Afra*, *Jurnal Ekonomi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang,
- Hardyanti, winda. 2017. *Diskrepansi kepuasan pembaca media online islam: studi komparatif kesenjangan kepuasan membaca situs eramuslim.com di*

kalangan dosen dan mahasiswa di Malang. Jurnal sospol vol.3 no.1. Universitas Malang,

Hedynata, Marceline Livia, and Wirawan Endro Dwi Radianto. "Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1.1 (2019): 87-96.

Jamaludin, Achmad. 2015. "KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang)" 21 (1).

Jeklin, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Ncu Husna Melalui Whatsapp Grup Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Takengon. July*, 1–23.

Kara, A. 2016. "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Elevenia Di Bbm Grup Terhadap Minat Beli Mahasiswi." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi* 5 (1): 44–49.

Kunanti, Kartika Sari. 2021. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Moderasi Minat Beli Pada Stokis Herbal At-Thibbul Islami Batusangkar."

Kurniati, Ria Yuni. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Baju Bangkok Di Online Shop Aviani*. Diss. Universitas Islam Riau, 2021.

Khairani, Elisa. "Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Ncu Husna Melalui Whatsapp Grup Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Takengon." *Biram Samtani Sains* 5.2 (2021): 1-12.

Kahar, N., & Nurlaela, N. (2018). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Produk Paytren melalui Media Online. *Journal of Business Administration Sciences (JBAS)*, 1(1), 85-93.

Kuspriyono, Taat. "Pengaruh promosi online dan kemasan terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Sariayu Martha Tilaar." *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika* 15.2 (2017): 147-154.

Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop. Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*, 1–90. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16203/>

Megawati, Evi, and Universitas Tulungagung. 2020. "Analisis Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Situs Jual Beli Online Analysis of Application Use and Promotion of Buying Interest of Online Buying and Selling Site Application Users" 7 (2): 103–

14.

- Muarti, M. (2022). *Pengaruh Price Discount dan Pendapatan terhadap Impulsive Buying pada Online Shop (Studi Kasus pada Tenaga Kependidikan di Universitas Negeri Padang)*. 02(1), 87–96. <http://repository.unp.ac.id/38166/>
- Mufarrohah, *Analisis Strategi Pemasaran Toko Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Online Yn Olshop Di Shopee)*. Diss. Stkip PGRI Bangkalan, 2022.
- Mal, Lydia Herlina, and I. Gede Agus Mertayasa. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka. Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali." *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* 13.1 (2018).
- Nisah, A. (2021). Analisis Perbandingan Pendapatan Antara Pebisnis Online Shop Dengan Upah Minimum Kota (Studi Kasus Di Kota Makassar). *Economics Bosowa*.
- Nugroho, Totok Susilo Pamuji. "Analisis Komponen Biaya Terhadap Pendapatan Bisnis Online Shop (Studi Kasus Pada Bisnis Online Shop Kota Surakarta)." *JAMER: Jurnal Akuntansi Merdeka* 2.2 (2021): 49-55.
- Pitaloka, F. A., & Widyawati, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Online Shop Busana Muslim. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4, 5.
- Pamuji Nugroho, Totok Susilo. 2022. "Analisis Komponen Biaya Terhadap Pendapatan Bisnis Online Shop (Studi Kasus Pada Bisnis Online Shop Kota Surakarta)." *JAMER: Jurnal Akuntansi Merdeka* 2 (2): 49–55. <https://doi.org/10.33319/jamer.v2i2.60>.
- Solihin Dede. "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi* 4.1 (2020): 38-51.
- Suharsono, Riyanto Setiawan, and Rini Purnama Sari. "Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 1.2 (2019): 41-54.
- Sa'adah, Isna Khayatus. 2019. "Promosi Online Uin." *Skripsi UIN Sunan Ampel*. Yam,
- Reza, Faisal. "Strategi promosi penjualan online lazada. co. id." *Jurnal kajian komunikasi* 4.1 (2016): 63-74.

Tulungagung, S. M., & Tulungagung, S. M. (2021). *Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Pendahuluan Whatsapp business adalah suatu aplikasi gratis yang ada di playstore , whatsapp business ini bisa digunakan untuk pemesanan hanya menggunakan internet . Aplikasi whatsapp bu. 08(02), 246–270.*

Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. 2021. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3 (2): 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.