

DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. Kasma, “Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada 3Dz Collection,” pp. 843–848, 2018.
- [2] B. Web, P. Pt, and A. Fanca, “Penjualan Online,” no. 1, pp. 37–45, 2015.
- [3] D. Irawan and E. Japariato, “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya,” *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–8, 2013.
- [4] Z. Ge *et al.*, “Facile synthesis of dumbbell-shaped dendritic-linear-dendritic triblock copolymer via reversible addition-fragmentation chain transfer polymerization,” *J. Polym. Sci. Part A Polym. Chem.*, vol. 45, no. 8, pp. 1432–1445, 2007.
- [5] A. Mardalis, “Meraih Loyalitas Pelanggan,” *J. Manaj. dan Bisnis BENEFIT*, vol. 9, no. 2, pp. 111 – 119, 2005.
- [6] K. Fergiawan Listianto, Fauzi, Rita Irviani, “Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Industri Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu,” *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 8, no. 2, pp. 146–152, 2017.
- [7] D. Saing, U. Kecil, D. A. N. Menengah, and U. K. M. Di, “Peran e-commerce dan cloud computing dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (ukm) di indonesia,” pp. 1–8.
- [8] G. S. Lakutomo, P. S. Manajemen, and U. M. Surakarta, “ANALISIS PEMASARAN TERHADAP BISNIS ONLINE (E- COMMERCE) DALAM JARINGAN SOSIAL INTERNET Abstrak PENDAHULUAN Di era globalisasi banyak orang ya ng terus

berpacu untuk meningkatkan sistem informasi melalui banyak cara dengan menggunakan teknologi hal ini d.”

- [9] T. Kristanto, E. C. Muliawati, R. Arief, and S. Hidayat, “Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan dengan Pendekatan Analisis SWOT,” *Semin. Nas. Sist. Inf. Indones.*, no. November, 2017.
- [10] Siska Maya, “STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KECIL MENEGAH MELALUI E- COMMERCE Studi Kasus : Mitra UKM Perusahaan X,” *Ekon. dan Kewirausahaan*, pp. 271–279, 2013.
- [11] R. Rahmidani, “Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan,” *Pengguna. E-Commerce dalam bisnis sebagai sumber keunggulan bersaing Perusah.*, no. c, pp. 345–352, 2015.
- [12] D. L. Fithri *et al.*, “PEMANFAATAN E-COMMERCE POPULER UNTUK OPTIMALISASI,” vol. 8, no. 2, pp. 819–824, 2017.
- [13] M. E. Pongoh, “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel di Kota Manado,” *J. EMBA*, vol. 1, no. 4, pp. 1–5, 2013.
- [14] H. Al Rasyid, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek,” *J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 210–223, 2017.
- [15] A. N. Fardani, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang,” *Skripsi*, pp. 1–75, 2013.

- [16] A. Utaminingsih, “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara,” *Media Ekon. Dan Manaj.*, vol. 31, no. 2, pp. 77–87, 2016.
- [17] Qur’an Surah an-Nisa ayat 29
- [18] Qur’an Surah Al-Baqarah ayat 275