

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. S. Lakutomo, “Analisis Pemasaran Terhadap Bisnis Online (E- :,” *Anal. Pemasar. Terhadap Bisnis Online Dalam Jar. Sos. Internet*, p. 13, 2014.
- [2] M. F. Faizi *et al.*, “Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam,” no. 1, p. 43, 2017.
- [3] L. Rokhmah, “Manajemen kualitas produk knalpot perspektif ekonomi islam,” 2014.
- [4] W. N. Sa’ad, “Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandar Lampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandar Lampung),” pp. 1–97, 2016.
- [5] T. Abdullah and F. Tantri, *No Title*. Jakarta, 2016.
- [6] I. Setiawan and P. Widyartaty, “No Title,” *Pengaruh Strateg. Pemasar. Online Terhadap Peningkatan Laba UKM*, p. 347, 2017.
- [7] A. K. Sari, “No Title,” *Anal. Strateg. Pemasar. Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Perusah. Telkomsel Distrib. Cent. Bojonegoro*, p. 67, 2017.
- [8] I. Setiawati and A. Novandalinda, “Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran,” vol. 13, no. 1, pp. 1–12, 2017.
- [9] B. A. B. Iii, “Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran , (Yogyakarta: ANDI, 2008),

h. 3. 19,” pp. 19–39.

- [10] N. Mubarok, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,” *I-Economics*, vol. 3, no. 1, pp. 73–92, 2017.
- [11] B. A. B. Ii and A. S. Pemasaran, “Bab Ii Strategi Pemasaran Dalam Islam,” pp. 20–39, 2014.
- [12] S. Rahayu and J. Haryanto, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 1, no. 1, pp. 64–76, 2017.
- [13] Darmadi, “Darmadi Durianto,” 2017, pp. 11–29.
- [14] N. Amalia, “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan),” *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 96–104, 2019.
- [15] A. L. P. W. L. Mananeke² and J. Sepang³, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa,” *Japanese J. Crop Sci.*, vol. 27, no. 4, pp. 467–468, 2014.
- [16] S. L. Nasution and C. H. dan D. A. R. Limbonong, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee,” *J. Ecobisma*, vol. 7, no. 1, pp. 43–53, 2019.

- [17] R. Gain, C. Herdinata, and K. B. Sienatra, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt," *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 142–150, 2017.
- [18] J. Candra, "Pengaruh Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Dan Review Produk Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Remaja di Indonesia)," pp. 1–107, 2019.
- [19] Irmalisa, Suharno, and J. Kuleh, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Samarinda," *J. Manaj.*, vol. 8, no. 1, pp. 30–42, 2016.
- [20] P. Kualitas and P. Dan, "Pariwisata, Vol. III No. 1 April 2016," vol. III, no. 1, pp. 60–72, 2016.
- [21] Hardyansyah, "Pengaruh kompetensi sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan," *Skripsi*, p. 63, 2010.
- [22] S. M. Janosik, "Pemanfaatan Media Audio Visual Dalam Peningkatan Hasil Belajar," *NASPA J.*, vol. 42, no. 4, p. 1, 2005.
- [23] A. N. Fardani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang," *Skripsi*, pp. 1–75, 2013.
- [24] 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.