

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Ahmad, F., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2017). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. 45.
- Andriyanto, R. D., & Haryanto, J. O. (2010). Analisis Pengaruh Internet Marketing terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20.
- Anurag Tarang, & Annie. (2022, June 21). *Difference between Online marketing and Offline marketing in SEO*. Retrieved from GeeksforGeeks : <https://www.geeksforgeeks.org/>
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bahasa, T. P. (1997). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Basuki, S. (2004). *Pengantar Dokumentasi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Cahyono, B., Amboingtyas, D., Haryono, A. T., & Malik, D. (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing dan Service Excellence Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*.
- CNN, I. (2021, November 12). *88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce>
- Fahrika, A., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Online Marketing Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel

- Intervening Pada Online Shop Joyism Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 53.
- Falentia Tia Indana, S. B. (2021). Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Shanti Buana. *Vol. 3 No. 2*, 88.
- Febrian Fachri, F. P. (2021, December 8). *UMKM Padang Panjang Ikut Anugerah SNI Pasar Rakyat*. Retrieved from Republika Nusantara: <https://republika.co.id/berita/daerah/sumatra/r3surp457/umkm-padang-panjang-ikut-anugerah-sni-pasar-rakyat>
- Forbes. (2021, February 8). *Nine Smart Ways To Unify Online And Offline Marketing Strategies*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/02/08/nine-smart-ways-to-unify-online-and-offline-marketing-strategies/?sh=40b2708b2142>
- Haryanto, J. (2009). Pengaruh Upaya Ekstra dalam Meningkatkan Intensi Membeli Konsumen. *Jurnal Bunga Rampai Perilaku Konsumen*, 191.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hertanto, Y. (2015, January 17). *Dunia Digital: Kombinasi Pemasaran Online-Offline*. Retrieved June 02, 2022, from Kompasiana: [https://www.kompasiana.com/yudhihertanto/5528860af17e61085c8b456f/dunia-digital-kombinasi-pemasaran-onlineoffline?page=2&page\\_images=1](https://www.kompasiana.com/yudhihertanto/5528860af17e61085c8b456f/dunia-digital-kombinasi-pemasaran-onlineoffline?page=2&page_images=1)
- Hidayah, D. M. (2018, July 24). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar*. Retrieved from UKM Indonesia: <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Hutama, C. L., & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pemasaran*, 30.
- Investasi/BKPM, K. (2021, August 8). *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. Retrieved from Kementerian Investasi/BKPM: <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>

- Iqbal, M., & Hasan. (2022). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jayani, D. H. (2021, August 13). *Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Terus Meningkat*. Retrieved from Databoks ID: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-terus-meningkat>
- Kotler, G. A. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Terj. Benyamin Molan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lidwina, A. (2021, April 21). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Retrieved from Databoks ID: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Mahdi, M. I. (2022, February 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Marikxon. (2022, April 13). *Apa Itu Internet Marketing: Pengertian, Manfaat dan Kelebihan Pemasaran Online*. Retrieved from Macmanroe.com: <https://www.maxmanroe.com/apa-itu-internet-marketing.html>
- Moelong, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nisa, K., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Jurnal Abdikarya : Jurnal Karya Pengabdian Dosen dan Mahasiswa*.
- Nurhayani, & Sunaryo, D. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Philip Kotler, G. A. (2014). *Principle of Marketing*. Boston: Pearson.

- Prof. Dr. J. Winardi, S. (2005). *Manajemen Perubahan (The Management of Change) Edisi 1*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Putra, F. D. (2017). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Bandung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 465.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisi SWOT Tentang Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Raymond, J. S. (2009). *E-Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rinda Romdonah, A. F. (2015). Pengaruh Inovasi Produk , Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Journal of Management Vol. 1 No. 1 2015*, 28.
- Shciffan, S. (2013). *Increasing Sales, Terjemahan Eling Ratnawati*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Pelopor Kelompok Gramedia.
- Simanjuntak, H. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan*. Retrieved March 11, 2022, from <http://pubon.blogspot.com/2013/02/faktor-factoryang%C2%A0mempengaruhivolume.html>
- Situmorang, S. H. (2011). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Jakarta: USU Press.
- Sofyan, A. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudarmo, I. G. (2008). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPEF Edisi 1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukamdiyo, I. (1996). *Manajemen Koperasi*. Jakarta: Erlangga.
- Susilo, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Suwandi. (2012, June). Perizinan Usaha UMKM. *Buletin Peraturan di Bidang operasi dan UMKM*, 3, 2.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty offset.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafrizal Helmi Situmorang, I. M. (2011). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Jakarta: USU Pers.
- Tarmidi, L. T. (2003). Krisis Moneter Indonesia : Sebab, Dampak, Peran IMF dan Saran. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 1.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Padang, Sumatera Barat: Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- unknown. (2021, August 21). *Cara Sukses Kombinasikan Bisnis Offline dan Online*. Retrieved from linkumkm: <https://linkumkm.id/news/detail/11199/cara-sukses-kombinasikan-bisnis-offline-dan-online>
- Widodo, S. (2022, February 12). *Ekonomi dan Bisnis*. Retrieved from Rangkuman Data Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Menurut Berbagai Lembaga: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220212/9/1499586/rangkuman-data-proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-menurut-berbagai-lembaga>
- Winardi, J. (2015). *Manajemen Perubahan* (1 ed.). Jakarta: Jakarta Prenadamedia Group.