

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2013). *Media Bisnis*. Jakarta :Rineka Cipta.
- Aldi, A. (2012). *Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Hal 21. Universitas Negeri Yogyakarta
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Andreas Wijaya. (2019). *Metode Penelitian Menggunakan Smart Pls 03*. Yogyakarta : Innosain.
- Arifin, Samsul. (2020). *Sales Management Strategi Menjual Dengan Pendekatan Personal*. Yogyakarta : Salma Idea.
- Azizah, U. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Produk Tabungan Faedah Brisyariah (Survei pada Nasabah Bank BRI Syariah KCP Purbalingga)*. Repository IAIN Purwokerto.
- Daft. (2010). *Era Baru Manajemen*. Jilid 1. Edisi ke Sembilan. Jakarta :Salemba Empat.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- David, Fr. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. Wuriarti P, Editor. Ed ke-12. Jakarta : Salemba Empat.
- Eliyana, A. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta. Gava Media.
- Ghozali, Imam, & Latan Hengky. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Smartpls 3.0* (Edisi Ke-2). Semarang : Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. dan H. L. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Giovani, R. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik Undergraduate Thesis*. UPN Veteran Jawa Timur.
- Gunawan, B., Shaleh, M., Anbar, N., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce UMKM Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis SWOT. *Jurnal Teknologi Dan Open Source*. Vol.3 No.2, Juni 2020. Hal. 1–13.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada UMKM Di Kecamatan Paciran. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 167–176.

- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran Jasa*. Jakarta. Erlangga.
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 2(1), 159–168.
- Karmawan, I. G. . dkk. (2010). *Analisis Dan Perancangan E-Commerce Pada Garuda Jaya*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2010 (SNATI 2010). Yogyakarta.
- Khatimah, H., Mappatoba, M., & Rauf, R. A. (2013). Strategi Pengembangan Usaha Abon Ikan Melalui Pendekatan Marketing Mix pada Industri “Raja Bawang” di Kota Palu. *E-J. Agrotekbis*, 1(5), 464–470.
- Kotler, Philip dan Keller, K. . (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- Kotler, P Dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler and Keller. (2014). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Al-Tasyri'iy*, Vol. 2, No. 1. Hal 30.
- Lestari, N., & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Wanita Di Online Marketplace (Studi Kasus Pada Konsumen Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1635–1642.
- Opiida, I. (2014). *Pengertian E-Marketplace*. From Tokokhalista.
- Pitoy, C., Jan, A., & Karuntu, M. (2017). Perencanaan Kualitas Pada Produksi Ikan Asap (Studi Kasus Di Desa Minaesa Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 829–835.
- Pram. (2016). *Layanan E-Payment Bakal Marak Di Indonesia*. Berita Bethel.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Puspitasari, A. W., & Oktafia, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada Ud. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 140.
- Rachman, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan Mas Kudus). *Jurnal Universitas Diponegoro*.

- Rumengan, N., Soegoto, A. S., & Tawas, H. N. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Amanah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 546–560.
- Rusilowati, Umi & Atmaja, F. J. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Sangdo Agriculture. *JURNAL ILMIAH FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(1), 65–76.
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453–464.
- Schiffman, L dan Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta : Indeks SPSS 19.0. Semarang. Badan Penerbit : Universitas Diponegoro.
- Sekaran, U. dan R. B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi Keenam, Cetakan Kedua. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Simatupang, S., Grace, E., Nainggolan, C. D., Ervina, N., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Agung, S. (2024). Pembayaran E-Payment Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 4(1), 33–44.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta Cv.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta Cv.
- Sumiyati, Yatimatun. (2021). *Akuntansi Keuangan Smk/Mak Kelas Xi*. (Edisi Ke-2). Jakarta : PT Gramedia.
- Sutrisno, Edy. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana Predana Media Group .
- Suyanto. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andi.
- Swastha, B. & I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta : Liberty.
- Tarigan, Ridwan Sanjaya dan Josua. (2016). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Teng, S. T., (2000). *Gambaran Umum Penanganan Limbah*. Jakarta : PT. Nusantara Water Center.
- Teo, T. S. H., Ranganathan, C., & Dhaliwal, J. (2006). Key Dimensions Of

Inhibitors For The Deployment Of Web-Based Business-To-Business Electronic Commerce. *IEEE Transactions On Engineering Management*, 53(3), 395–411.

Utama, A. A., & Komalasari, E. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Emak CW di Kota Pekanbaru. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Dan Sosial*, 1(1), 26–39.

Widyasanti, A., Quddus, H. N., & Nurjanah, S. (2019). Penggunaan Daun Gamal (*Gliricidia sepium*) dan Sengon (*Falcataria moluccana*) Pada Proses Percepatan Pematangan Buah Pisang Ambon Putih. *Jurnal Agrium*, 22(1), 34–44.

Wijaya, I. B. (2013). *Analisis Pengaruh Jenis Produk Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepatu Leaque Pada Showroom Sportindo Tubjungan Plaza 2 Surabaya*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran.

Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462.

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43–48.