

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. . & T. F. (2018). *Manajemen Pemasaran* .
- Ahmadi, D. (2024). Strategi Marketing mix (Product, Promotion, Price , Place) Dalam Meningkatkan Loyaitas Pelanggan Perspektif UMKM Sumenep Kota. 13, No. 2.
- Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan.
- Amstrong, P. K. dan G. (2017). Principles of Marketing.
- Anggraini, T. (2017). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam.
- Cahyono, B. (2017). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Markerting dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu.
- Christian, S. A. . (2013). Bauran Pemasaran (*Marketing mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1.
- Evi, S. H. (2018). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 3.
- Frans, S. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. 7 No.23, 7524–7532.
- Halendra. (2024). Strategi Inovatif Pemasaran Digital: Meningkatkan Loyalitas Konsumen Di Era Revolusi Teknologi. *Journal of Management*, 7.
- Harahap, D.f. dan Hasim, W. H. (2021). Implementasi Swot Strategi Pemasaran Online Pada Counter Super Cell Di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1–8.
- Haryanto, M. M. . & R. D. . (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*.
- Isfansyah, H. A. (2020). Pengaruh *Marketing mix* 4P (Product, Price , Place, Promotion) JNE Terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Melalui Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan JNE. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 11.
- Kasmir. (2016). Kewirausahaan. *Rajawali Pers*.
- Khoerunnisa. (2020). Strategi Pemasaran Pada Produk Sahara (Simpanan Hari Raya) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Kospin Jasa Syariah Tegal.
- Khusnul, K. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Pemasaran Online , Citra Merek dan Keputusan Pembelian terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 5 No.1.
- Kotler, P. D. A. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing (Edisi Ke T)*.
- Nessaifana. (2017). *Pengertian Internet*. <http://nessaifana.wordpress.com>
- Nurfatikasari, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Syariah Offline dan Online terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Mengkonsumsi Produk Halal Bermerek Wardah. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Bussiness*, 9 No 2.
- Pradipta, A. . (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Produk, dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop.
- Putri, C. (2018). Perbandingan Loyalitas Toko Antara Pemasaran Online dan Offline Pada Produk High Involvement.

- Putri, R. (2023). *Analisis Pengaruh Penggunaan Strategi Digital Marketing Pada Pemasaran Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 2.
- Qomariyah N. (2018). *Marketing Adactive Strategi*.
- Rachmawati, R. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan . *Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*.
- Richadinata, K. R. P. . & S. A. N. L. . (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional . *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Ryanne, H. N. (2021). Analisis Pengaruh Sevice Marketing mix 7P Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kozko Digital Printing Surabaya. *Media Mahardika*, 20.
- Sari, D. M. (2016). Analisis Permasalahan-Permasalahan Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Jasa Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Dan Perencanaan Pembangunan*, VI Nomor 03, 60–71.
- Srisusilawati, P. (2023). Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 5 No 3.
- Suci, R. (2024). Pengaruh Implementasi Marketing mix 4P (Product, Price , Place, Promotion) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nagihistore.id.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor.
- Sylvia, D. G. (2022). *Pengaruh Marketing mix Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Olahan Kopi Espresso Di Kota Semarang*.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (4th Ed.)*.
- Widyastuti, R. (2023). Strategi Pemasaran Online Terhadap Kepuasan Konsumen Penggemar Fresh Milk. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12.
- Yara, N. A. (2020). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Janji Jiwa Probolinggo. *E – Jurnal Riset Manajemen*.
- Yuliaswati Y. (2017). *Pengaruh Motivasi dan Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studio Jonas Photo*.