

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bukhari., dan Donni Juni Priansa, *“Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer”*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Assauri, Sofjan., *“Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi”*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Anggraini, Tria. 2017. *“Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam”*. Skripsi. Bengkulu: Institut Agama Islam Negri (IAIN).
- Bambang Hariadi, Bambang., *“Strategi Manajemen”*. Jakarta: Bayumedia Publishing, 2015.
- David., *“Manajemen Strategis”*. Salemba Empat, 2016.
- Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahnya. (Semarang: CV.Alwah, 2000), hlm 736.
- Dirgantoro, Crown., *“Manajemen Stratejik”*. Jakarta: PT Grasindo, 2001.

- Dewi Nuraini, Evianah., 2019. *“Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline”*. Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi. Vol 15 No. 2.
- Hakim, Lukman., *“Prinsip-prinsip Ekonomi Islam”*. Surakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012.
- Hasan, Ali., *“Marketing Bank Syariah”*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hayani, Nurahmi., *“Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi”*. Pekanbaru: Suska Press, 2012.
- Hamzah, Zulfadli, Muhammad Arif dan Chairun Nisa. 2019. *“Analisis Komparasi Strategi Pemasaran dalam Transaksi Jual Beli Online dan Offline pada Hijab (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau)”*. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah. Vol. 2 No. 1.
- Kartajaya, Hermawan., dan M. Syakir Sula, *“Syariah Marketing”* Bandung : Mizan, 2006.
- Kasmir *“Pemasaran Bank”*. Jakarta:Kencana, 2010.

- Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. *“Manajemen Pemasaran”* Edisi Ketiga Belas Jilid 1, Erlangga, 2008.
- Karlina, Siti, Nobelson dan Yulinior. 2020. *“Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Pada Toko Online (Studi Pada Shopee, Bukalapak, Lazada, Dan Tokopedia)”*. Jurnal Prosiding BIEMA. Vol 1.
- Kurniawati, Rizky., dan Novi Marlina. 2020. *“Analisis SWOT Sebagai Dasar Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar”*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia. Vol. 6, No.2.
- Kurniati, Ririn. Pemilik Toko, Wawancara pada tanggal 10 Juni 2020.
- Luh Alviolita Kusuma Nusarika, Ni Made Purnami. 2015. *“Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar)”*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol 4 No. 8.

- Mahliza, Irwilda, Ali Husein dan Tony Gunawan. “*Analisis Strategi Pemasaran Online*”. Jurnal Ekonomi Islam. Vol 1 No. 3.
- Novila, Ina. 2019. “*Strategi pemasaran pedagang offline dengan online ditinjau dari etika bisnis islam (Studi kasus Pedagang pakaian di 15 A Metro Timur)*”. Metro Timur: IAIN Metro.
- Nuraini, Dewi., dan Evianah. 2019. “*Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline*”. Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi. Vol 15 No. 2.
- Nurleza, Dwi., dan Anisa. pelanggan Toko Baju Ninety-nine.indo Kota Serang, wawancara dengan penulis di sekitar Toko Baju Ninety-nine.indo, tanggal 10 Oktober 2021.
- Nessaifana. 2021. Pengertian Internet. Dikutip dari <http://nessaifana.wordpress.com> , (25 Maret 2021, Pukul 21.11.WIB).
- P. Siagan, Sondang., “*Manajemen Strategik*”. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

- Render, Barry., dan Jay Heizer, "*Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*". Jakarta:Salemba Empat, 2001.
- Suyoto, "*Marketing Strategy Top Brand Indonesia*". yogyakarta : Andi, 2007.
- Swastha, Basu dan Irawan., "*Manajemen Pemasaran Moderen*". Jakarta: FE UI, 2007.
- Sarastuti, Dian. 2017. "*Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova*". Jurnal Visi Komunikasi, Vol 16 No.01.
- Siti Hofifah, Siti. 2020. "*Pengaruh Jual Beli Online dan Jual Beli Di Pasar Terhadap Persaingan Pemasaran Islam dalam Masa Pandemi*". Journal of Islamic Banking. Vol 1 No. 2.
- Susiawati, Wati. 2017 "*Jual Beli Dan dalam Konteks Kekinian*". Jurnal Ekonomi Islam. Vol 8 No. 2.
- Tambunan, Tulus TH., "*Perekonomian Indonesia Beberapa Masalah Penting*". Jakarta: Ghalia, 2013.

Tim Penyusunan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI,
Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta:Balai Pusatka,
1997.

Umah, Rois Satul. 2021. “*Analisis Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada Toko Granada Sumbergempol Tulungagung Ditinjau Dari Ekonomi Islam*”. Skripsi. Tulungagung: Institut Agama Islam Negri (IAIN).

Widayat, Kus Daru. 2018. “*Implementasi SWOT Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada PT Roti Nusantara Prima Cabang Jatiasih, Bekasi*”. Jurnal Widya Cipta. Vol 2 No.2.

LAMPIRAN-LAMPIRAN