



DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). *MEMANFAATKAN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19*.
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan*.
- Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran dalam Transaksi Jual Beli Online dan Offline pada Hijab (Studi Kasus: Mahasiswi Universitas Islam Riau). In *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* (Vol. 2, Issue 1).
- Harini, D., Handayani, S., Banjarsari Barat No, J., Manajemen, J., & Dharmaputra Jalan Pamularsih Raya No, S. (2019). PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM. *DERIVATIF : Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Hidayah, N., Sari, P. A., & Ardiyansyah, M. F. (2023). Analisis Peran Media Instagram dalam Peningkatan Penjualan di Platform Shopee pada Tahun 2023. *Prosiding Seminar Nasional*, 1477–1489.
- Indra Santoso, F., & Fatchurrohman, M. (2022). Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.52436/1.jishi.30>
- Irawati dan Irawan Budi Prasetyo Jurusan Manajemen, R., Malangkucecwara Malang Jl Terusan Candi Kalasan, S., & Timur Abstrak, J. (2020). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). In *Oryz*.
- Kepada, D., Ekonomi, F., Islam, B., Purwokerto, I., Memenuhi, U., Satu, S., Guna, S., Gelar, M., Ekonomi, S., & Islam, D. B. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KERUPUK KULIT IKAN NILA PADA UMKM KRULILA DESA GUNUNGJAYA KECAMATAN BELIK KABUPATEN PEMALANG SKRIPSI EKONOMI SYARIAH*.



- Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Kh Syaifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Oleh, D., & Dwi Rosinta NIM, W. (2022). *Analisis Efektivitas Strategi Promosi Cashback dan Gratis Ongkir Dalam Meningkatkan Penjualan pada Merchant Shopee Food (Studi Kasus Merchant Shopee Food di Daerah Purwokerto)* SKRIPSI.
- Maryati¹, W. (2022). *Achieve Marketing Strategies in Society 5.0 Era by Understanding Consumer Behavior Offline vs Online*. www.DeepL.com/pro
- Noor Shinta Efiyani, A., Farida Yulianti, H., & Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, U. (2021). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO HIFA COLLECTION RANTAU*.
- Offline, B., Online, D., Kasus, S., Raja, U., Di, R., Linggajaya, K., Mangkubumi, K., Tasikmalaya, K., Nopia Nugraha, G., & Rochdiani, D. (2019). *STRATEGI PEMASARAN SEBLAK KICIMPRING*.
- Padillah, F. R., Diana, A., & Ariesta, A. (n.d.). IMPLEMENTASI E-COMMERCE DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DISTRO BETAWI BOYS. In *INDONESIA JOURNAL INFORMATION SYSTEM (IDEALIS)* (Vol. 5, Issue 1). <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index>FaturRistiaPadillah AnitaDiana|http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index|
- Pemasaran, S., Untuk, D., Penjualan, M., Nuby, E., Shop, A., Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, 1(1), 360–371.
- Putri, N. A., Permana, E., & Subhan, M. N. (2021). Strategi Pemasaran bisnis makanan tradisional Tiwul sebagai Destinasi wisata kuliner di Gunung Kidul Jogja. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 340. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10102>
- Rahmayanie, A. M., Afiffah, A. V., Anggraini, I. D., Hermawan, H. D., Mukhlisin, L., & Kurniawan, D. (2022). Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing di Konveksi BUMDes. *Buletin KKN Pendidikan*, 4(2), 123–132. <https://doi.org/10.23917/bkkndik.v4i2.19186>



- Sampul, H. (2021). *Analisis Komparatif Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada UMKM Rengginang UMI Tegal*.
- Shafitri, W., Kamase, J., Suriyanti, & Dewi, R. (2023). Analisis Perbandingan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Melalui Online Shop dan Offline Store. *Center of Economic Students Journal*, 6(2), 127–140. <https://doi.org/10.56750/csej.v6i2.578>
- Sri Susilawati, P., Hilal, F., Aulia Azzahra, N., & Luthfiah Nurlaeli, S. (2022). Perbandingan Strategi Pemasaran Online Dan Offline di Era Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1080–1083. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1480>
- Suhayati, E., & Supriatna, N. N. (2022). STRATEGI PENJUALAN DI MARKETPLACE SHOPEE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN SEPATU KULIT PADA 10 UMKM DI CIBADUYUT BANDUNG. *JUARA: Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 34–50. <https://doi.org/10.25105/juara.v3i1.10014>
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana? In *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship* (Vol. 1). <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Tresnawati, Y., Prasetyo, K., Mercu, U., & Jakarta, B. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner*. 1(1), 43–57.