

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M., ... & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*.
- Arfah, Yeni.(2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang : PT Inovasi Pratama Internasional
- Effendi, Usman dan Batubara, Alwin R. (2016). *Psikologi Konsumen*. Depok : PT RajaGrafindo Persada.
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah*. Depok : KENCANA
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis, 21*(1). Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/85820/pengaruh-promosi-online-dan-persepsi-harga-terhadap-keputusan-pembelian-survei-p>
- Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : KENCANA
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Kurniawan, Agung Widhi dan Puspitaningtyas, Zarah. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandiva Buku.
- Kuspriyono, Taat. (2017). Pengaruh promosi online dan kemasan terhadap keputusan pembelian kosmetik merek Sariayu Martha Tilaar. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika, 15*(2), 147-154. Diakses dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/perspektif/article/view/2231>
- Kusumastuti, Adhi. Khoiron, Ahmad Mustamil. Achmadi, Taofan Ali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Deepublish.
- Octaviani, F. L., & Cahyadi, E. R. (2022). Persaingan Platform Digital Layanan Pesan-Antar Makanan di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM), 8*(3), 973-973. Diakses dari <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/41170>

- Pribadi, Indra Arief, 28 Oktober 2022, UMKM Mampu bertahan di tengah krisis, Antara News, diakses melalui situs <https://babel.antaranews.com/berita/312213/umkm-mampu-bertahan-ditengah-krisis>
- Purboyo, P., Hastutik, S., Kusuma, G. P. E., Sudirman, A., Sangadji, S. S., Wardhana, A., ... & Syamsuri, S. (2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual & Praktis)*
- Puspitarini, Dinda Sekar dan Nuraeni, Reni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1). Diakses dari <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh lokasi, kelengkapan produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada imam market kisaran. *Journal of science and social research*, 1(1), 7-12. Diakses dari <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/view/108>
- Rahmawati. (2022). *Apa saja Variabel dalam Bidang Marketing?*. Yogyakarta : Deepublish
- Ramdhani, Rahmi dan Bina, Nuraini Sri. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Jakarta : KENCANA
- Riyanto, Slamet dan Hatmawan, Agus Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta : Deepublisher.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Setiawan, L. I., & Asyhari, A. (2020). Pengaruh Islamic Product Quality, Dan Islamic Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Experiential Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di toko Oleh-oleh

- Jenang Mubarak Kabupaten Kudus). *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Ekonomi*.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif di Lengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Versi 17. Cet. II*.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, M.Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Sudaryana, Bambang dan Agusiady, Ricky. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Deepublisher.
- Sule, Erni Trisnawati. dan Hasanudin, Muhammad.(2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sumawarman, Ujang. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghaila Indonesia.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Tonce, Yosef dan Purnama, Yoseph Darius. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Komprehensif*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein. (2001).*Studi Kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Wijayanti, T., & Sujianto, A. E. (2022). Merek, Harga, Lokasi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam: Indonesia. *Maro: Jurnal*

Ekonomi Syariah dan Bisnis, 5(1), 32-41. Diakses dari
<https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro/article/view/2048>

Zainal, Veithzal Rivai. (2017). *Islamic Entrepreneurship*. Yogyakarta : BPFE.

Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.

Koli, Damaris Yvette, dkk. *Manajemen Pemasaran : Konsep, Fungsi, Tujuan*.
 Bandung : CV. Media Sains Indonesia.

Utomo, K. P., Syarief, F., Winardi, M. A., Fadly, R., Widjaja, W., Setyorini, R.,
 & Lestiowati, R. (2021). *Dasar Manajemen Dan Kewirausahaan*. Penerbit
 Widina.

Rinnanik, E. P., Bakhri, S., Buchori, S. S., Dede, T. M., & Sugiono, M. G.
 (2021). *ILMU MANAJEMEN DI ERA 4.0*. Penerbit Adab.

Jonathan, S., & Prihartono, K. (2012). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di
 Internet*. Jakarta: PT. Elex Media.

Tumanggor, A., & Machasin, M. S. (2021). *Strategi Pemasaran Dan
 Pemberdayaan Umkm Pada Masa Covid-19*. Penerbit K-Media.

Syarif, D. N. (2019). *Komunikasi kontemporer: Bisnis Islam di era digital*.
 Deepublish.

Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*.
 deepublish

Fauziah, dkk. (2021). *Pengantar Bisnis :Perspektif Digitalisasi Bisnis* Bandung :
 CV Media Sains Indonesia

Sumami, Titin. (2022). *Strategi Peningkatan Ekonomi dengan Memanfaatkan
 Marketplace melalui Media Internet*. CV. DOTPLUS Publisher

- Robiah, Faidatur. (2018). *Marketing Hebat ala Rasulullah*. Solo : Tinta Medina.
- Ikhsan, B. (2019). *Marketing Syariah*. Yogyakarta : Publisher
- Warsito, C., Solikhin, I., & Farhah, N. U. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM TERHADAP JASA OJEK ONLINE*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Tonce, Yosef dan Purnama, Yoseph Darius. (2022). , “*Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga dan Kualitas Produk*”
Indramayu : CV. Adanu Abimata
- Mujaddidi, A. S. (2020). *Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Vol. 211). Duta Media Publishing.
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Penerbit Salemba.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Sudarsono, Bambang. & Agusiady Ricky. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Deepublisher
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Bina, N. S., & Ramadhani, R. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Siagian, D. (2000). *Metode statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama
- Kurniawan, Robert & Yuniarto, Budi. (2016). *Analisis Regresi*. Jakarta : Kencana
- Christianus, S. (2010). *Seri Belajar Kilat SPSS 18*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suyono, M. S. (2015). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta : Deepublish.
- Herianto, Eddy. (2008). *Manajemen Operasi*. Grasindo
- Sugihart, L., Farihah, E., Se, M., Hartadinata, O. S., Se, M., Ajija, S. R., & Se, M. E. (2021). *Statistik multivariat untuk ekonomi dan bisnis: menggunakan software SPSS*. Airlangga University Press.