

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen. Bandung : Alfabeta

Sugiyono, P., Dr., 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.

### Jurnal :

Anggraini, T. (2017). *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).

Fajrin, F. V., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Pt Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).

Hamzah, Z., Arif, M., & Nisa, C. (2019). Analisis Komparasi Strategi Pemasaran Dalam Transaksi Jual Beli Online Dan Offline Pada Hijab (STUDI Kasus: Mahasiswa Universitas Islam Riau). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), 16-26.

Imran, V. V., & Wibowo, S. (2015). Analisis Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Sabun Mandi Lifebuoy (studi Di Alfamart Sukaluyu Bandung Tahun 2014). *eProceedings of Management*, 2(2)

Irawan, N. (2019). *Analisis Strategi Marketing Event Hotel Le Meridien dalam Meningkatkan Brand Awareness Studi Kasus: Event Summer Soiree 2018* (Doctoral dissertation, Universitas Multimedia Nusantara)

Lailatul Syafitri, S., Nofrianto, N., & Mutia, A. (2018). *ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN, HARGA JUAL DAN KUALITAS PRODUK BELANJA ONLINE DAN BELANJA SECARA LANGSUNG (OFFLINE) PADA MAHASISWA FEBI UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI* (Doctoral dissertation, UIN SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI).

- Mardikantoro, A. A., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Elctronick Word Of Mouth Pada Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Konsumen Tio Kingdom Sablon Di Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- MERLIN, P. A. & Wibowo, S. (2015). Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus konsumen GO-JEK Jakarta dan Bandung).
- Murti, N. L. (2017). *Strategi marketing door to door dalam meningkatkan jumlah anggota di BMT Al-Hikmah Cabang Gunungpati Sekaran* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).
- Permana, R. S. M., Abdullah, A., & Mahameruaji, J. N. (2019). Budaya menonton televisi di Indonesia: dari terrestrial hingga digital. *ProTVF*, 3(1), 53-67.
- Priantoro, B. (2019, October). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Whatsapp (Studi Kasus Garuda Indonesia Solo). In *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan* (pp. 2-14)
- Putri, U. E. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Agt Kartin)* (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama).
- Ramadani, A. M. A., & Wibowo, S. (2016). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Piaggio Vespa Di Kota Bandung 2016). *eProceedings of Applied Science*, 2(3).
- Santoso, A. P. (2017). *Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017, May). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. In *PROCEEDINGS* (Vol. 1, No. 1)
- Wahyuddin, N. N., Hurriyati, R., & Lisnawati, L. Pelanggan TV Berbayar di Indonesia: Tantangan Hambatan Berpindah dalam Mempertahankan Loyalitas. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(1), 25-33.

**E-Book :**

Kotler Keller Marketing Management , 2016

**Website :**

<https://blog.midtrans.com/fenomena-bisnis-online-di-indonesia/>

ciriseo.net, 2018

<https://page4future.blogspot.com/2018/12/unduh-ebook-manajemen-pemasaran.html?m=1>

pusdalisbang.jabarprov.go.id, 2018

Transvision. (2013). *Profil Transvision*. (CT Corpora) Dipetik April 2020, dari

<https://www.transvision.co.id/>