

DAFTAR PUSTAKA

- Iskandar, D. A. (2020). Pengaruh Celebrity Adsense di Media Sosial dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Situs Belanja Online Wardah. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 7(1), 27–33. <http://112.78.142.42/index.php/kalbisocio/article/view/145>
- Timotius. (2020). *Mengenal Pengertian Penjualan Offline*. Toffeedev. <https://toffee.dev.com/blog/mengenal-penjualan-offline/>
- Ramadhan, M. S. (2022). *Pengertian Penelitian Kuantitatif Menurut Ahli, Lengkap dengan Jenis dan Prosedurnya*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/pendidikan/tips-pendidikan/GNIQx82b-pengertian-penelitian-kuantitatif-menurut-ahli-lengkap-dengan-jenis-dan-prosedurnya>
- Kahfi. (2022). *Total produksi mobil secara global mencapai 80,1 juta unit, indonesia peringkat ke-13*. <https://otomotif.bisnis.com/read/20220329/46/1516424/total-produksi-mobil-secara-global-mencapai-801-juta-unit-indonesia-peringkat-ke-13>
- Priyanto, W. (2021). *penjualan mobil di cina 2022 diperkirakan tembus 27 juta unit*. Tempo.Co. <https://otomotif.tempo.co/read/1735740/jangan-cuma-bikin-mobil-listrik-keamanan-baterai-juga-harus-diperhatikan>
- Munoz, J. F. (2023). *Daftar negara dengan penjualan mobil baru terbesar di dunia tahun 2022*. <https://id.motor1.com/news/640628/negara-penjualan-mobil-baru-terbesar2022/>
- Rahadi, D. R., & Zanial. (2017). Social Media Marketing dalam Mewujudkan E-Marketing. *Journal Marketing*, 8(4), 71–72.
- Riyanto, T. (2021). Perbedaan Pemasaran Online dan Offline Serta Untung Ruginya. *Zahir*. <https://zahiraccounting.com/id/blog/pemasaran-online-vs-offline/>
- Rizeki, D. N. (2022). *E-commerce adalah: Pengertian dan Contoh E-commerce*. Majoo.Id. <https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce-adalah>
- Ramadhan, M. S. (2022). *Pengertian Penelitian Kuantitatif Menurut Ahli, Lengkap dengan Jenis dan Prosedurnya*. Medcom.Id. <https://www.medcom.id/pendidikan/tips-pendidikan/GNIQx82b-pengertian-penelitian-kuantitatif-menurut-ahli-lengkap-dengan-jenis-dan-prosedurnya>
- Putri, L. R. (2019). *Pengaruh Penjualan Online Dan Offline Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ladyfame Shop di Bandar Lampung)*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/7019>
- Listiyandini, R. A. (2016). Peranan Optimisme terhadap Resiliensi pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang Mengerjakan Skripsi. *Prosiding Konferensi Nasional*

Peneliti Muda Psikologi Indonesia 2016, July, 29–37.
<https://www.researchgate.net/publication/318128262>

Vika Azkiya Dihni. (2022). *Toyota Masih Pimpin Pasar Penjualan Mobil Nasional pada 2022*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/13/toyota-masih-pimpin-pasar-penjualan-mobil-nasional-pada-2022>

Taroreh, G. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt. Bosowa Berlianmotor Kairagi Marketing Strategy Analysis in Increasing the Sales Volume of Mitsubishi Xpander Cars At Pt. Bosowa Berlian Motor Kairagi. *Analisis Strategi..... 3683 Jurnal EMBA*, 6(4), 3683–3692.

Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325.
<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/2486>

Kurniawan, W. (2021). Pengaruh Online Marketing Dan Direct Selling Terhadap Minat Beli Produk Fort.Id. *Performa*, 6(2), 143–151.
<https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2074>

Rahadi Rianto, Dedi, Z. (n.d.). *SOSIAL MEDIA MARKETING DALAM MEWUJUDKAN E-MARKETING*.
<https://core.ac.uk/download/pdf/235045711.pdf>

One, R. (2015). *Uji T-Test (Pengantar Statistik Lanjut)*. 1–21.
http://ebook.repo.mercubuana-yogya.ac.id/Kuliah/materi_20151_doc/e-learning uji beda rata-rata 1.pdf

Ningtias, A. C., Studi, P., Ekonomi, P., Keguruan, F., Ilmu, D., & Pemasaran, B. (2015). Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Tentang Bauran Pemasaran Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern (Studi Kasus pada Pasar Arjasa dan Indomaret Arjasa I Jember) PENDAHULUAN Keberadaan pasar tradisional dan pasar modern saat ini dengan jarak yang cuku. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 1–13.

Nuraini, D., & Evianah, E. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 231.
<https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.629>

Bertha, O. :, & Sutejo, S. (2006). Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 41–57.

Smartstat. (2010). *Stemplot (Stem-and-Leaf Plot)*. Smartstat.
<https://smartstat.wordpress.com/2010/11/22/stemplot-stem-and-leaf-plot/>