

DAFTAR PUSTAKA

- Arwani, A. 2009. *Warehouse Check Up: Menjadikan Gudang Sebagai Keunggulan Kompetitif Melalui Audit Menyeluruh*. Edisi 1. Penerbit: Jakarta PPM.
- Astika, A. 2017. *Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Terhadap Minat Konsumen Untuk Membeli Produk pada Zoya Palembang*. Skripsi pada Universitas UIN Raden Fatah Palembang. (Dipublikasikan)
- Credible. (2017). *Gudang Online Untuk Pemilik Online Shop*. Diakses pada 2 November 2021, dari <https://credible.com/seller.html>
- Credible. (2017). *Democratizing Instant Fulfillment for Indonesian E-Commerce & SMEs*. Diakses pada 2 November 2021, dari <https://credible.com/pdf/Intro-Credible-Seller.pdf>
- Dewanti. 2017. *Pengaruh E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suplemen PT Momen Global Internasional di Makassar*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin. (Dipublikasikan)
- Ervina, T.R. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Fladeo pada Toko Fladeo Shoes Pekanbaru*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. (Dipublikasikan)
- Febriantoro, Wicaksono. 2018. *Kajian Strategi Pendukung Perkembangan E-commerce Bagi UMKM di Indonesia*. Jurnal Manajerial. Vol 3 No 5.
- Firmansyah, Anang. 2019. *e-book*. Pemasaran: Dasar dan Konsep. Penerbit: Qiara Media.
- Hendrawan, F. 2021. *Manfaat dan Dampak E-commerce pada Toko Donga Dang Panorama, Kec. Singaran Pakit, Kota Bengkulu Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen*. Jurnal Manajerial.
- Indotelko. (2020). *Credible Bidik Pebisnis Frozen Food*. Diakses pada 2 November 2021, dari <https://www.indotelko.com/amp/read/1595319444/credible-food>
- Ismail, H.A., Trimiati, E. Dan Prihati, Y. 2020. *Membangun Model Konseptual Faktor Sinergitas Perilaku Konsumen dalam Konteks Pembelian Impulsive Secara Online*. Jurnal Manajerial.

- Musfar, T.F, SE, M. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nanda, Adi Prasetya. 2018. *Aplikasi Electronic Commerce Sebagai Media Penjualan Produk Makan Ringan Business Development Center Kabupaten Pringsewu*. Jurnal Technology Acceptance Model. Vol 9 No 2.
- Panjaitan, Roymon. 2018. *e-book*. Manajemen Pemasaran. Penerbit: Sukarno Pressindo.
- Permadi, D. 2016. Manajemen Pergudangan. Yogyakarta. Penerbit: Deepublish.
- Purnomo, C. 2004. Manajemen Pergudangan. Penerbit: Qiara Media.
- Rachmawati, Fitri. 2018. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil dan Mengengah Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. (Dipublikasikan)
- Radianto, Wirawan. 2016. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis. Vol 1 No 1.
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Bisnis. Penerbit: Alfabeta.
- Sudarsono, H. 2020. Manajemen Pemasaran. Penerbit: Pustaka Abadi.
- Suseno, Andri. 2019. *Analisis Pengaruh Marketing, Citra Merek dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Cressida Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa. (Dipublikasikan).
- Tasrudin, Ramsiah. 2015. *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. Jurnal Al-Khitabah. Vol II No 1.
- Ulya, H.N.M. 2018. *Strategi Pemasaran Baitul Maal Wa Tamwil Insal Mandiri dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pembiayaan Musyarakah*. Jurnal Ekonomi Islam.
- Vitasari, P. dan Setiawan, G. 2019. Metode 4P sebagai salah satu cara dalam meningkatkan strategi penjualan pada industri kain tradisional. Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri. Lhokseumawe.

Warman, John. 2012. Manajemen Pergudangan. Penerbit: Pustaka Sinar Harapan.

Wirapraja. 2021. *e-book*. Manajemen Pemasaran. Penerbit: Yayasan Kita Menulis

Wibowo, A, Radna. 2019. *e-book*. Manajemen Pemasaran. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.