

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466.
- Anggraeni, E. Y. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. ANDI.
- BDI. (2019). *Lampau 18 Persen, Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Paling Tinggi*. Balai Diklat Industri Surabaya. <http://bdisurabaya.kemenperin.go.id/2019/05/lampau-18-persen-industri-tekstil-dan-pakaian-tumbuh-paling-tinggi/>
- Binus. (2020). *KEKURANGAN DAN KELEBIHAN SOCIAL MEDIA MARKETING*. Binus University. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/29/kekurangan-dan-kelebihan-social-media-marketing/>
- Budy Kusnandar, V. (2020). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/24/berapa-jumlah-penduduk-muslim-indonesia>
- Dewi, S. J. K., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jilbab Rabbani Di Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 248–258.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Hendini, A. (2016). Pemodelan Uml Sistem Informasi Monitoring Penjualan Dan Stok Barang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 2(9), 107–116. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hernandhi, D. T., Astuti, E. S., & Priambada, S. (2018). DESAIN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEBSITE UNTUK PROMOSI ( Studi Kasus pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang Malang ). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 1–10.
- Hidayat, M. K., & Ningrum, R. C. P. (2017). Sistem Informasi Penjualan Online Pada

- Toko Yusuf Bekasi. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 2(2), 24–30.
- Kasmir, D., & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis (Revisi)*. Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, D., & Jakfar. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis (Revisi)*. Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson*.
- Nurfachmi, S. R., Chumaidiyah, E., Prambudia, Y., Industri, F. R., Telkom, U., & Website, P. (2020). *ANALISIS PERANCANGAN BISNIS DAN WEBSITE PADA STARTUP BISNIS SEPATU INSKRES BUSINESS AND WEBSITE DESIGN ANALYSIS OF SHOE COMPANY STARTUP*. 7(3), 9425–9435.
- Pusparisa, Y. (2019). *5 Jenis Barang yang Paling Diburu Konsumen di E-Commerce*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/11/5-sektor-barang-yang-paling-diburu-konsumen#>
- Redcomm. (2020). *WEBSITE VS MOBILE APPS UNTUK DIGITAL MARKETING: MANA YANG LEBIH BAIK?* Redcomm Indonesia. <https://redcomm.co.id/knowledges/website-vs-mobile-apps-untuk-digital-marketing-mana-yang-lebih-baik>
- Rosa, A. S., & Salahuddin, M. (2015). *Rekayasa Perangkat Lunak*. Informatika Bandung.
- Sukrianto, D. (2017). Penerapan Teknologi Barcode pada Pengolahan Data Pembayaran Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP). *Intra-Tech*, 1(2), 18–27.
- Sunyoto, D. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis: Bagaimana Menakar Layak atau Tidaknya Suatu Bisnis Dijalankan*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).