

DAFTAR PUSTAKA

- Abarawati, NL. B., & NW. S. A. 2014. Startegi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 2 No. 2, 114-130*.
- Arini, A. M., & Ambar. B. 2011. *Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: Andi Offset. <https://kbbi.web.id> Diakses 10 November 2017.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016. *Indonesia Internet Users*. Diakses 15 Oktober 2017. <https://www.apji.or.id>
- Barzani, R.M. 2008. *Pendidikan Seni Rupa 2*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Boyd, H. W., & dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Damerianta, S., & Mujiyana. 2009. Pengaruh Penerapan Periklanan di Internet dan Pemasaran melalui *E-mail* terhadap Pemprosesan Informasi dan Keputusan Pembelian oleh Konsumen. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dharmamesta, B. S., & Hani. H. 2004. *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Liberty.
- Dinas Sosial DIY. 2010. *Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Program Strategis Dinas Sosial dalam Pengentasan Kemiskinan*. Diakses 26 April 2018. <http://www.dinsos.jogjaprovo.go.id/>
- Doellah, S. 2002. *Batik Pengaruh Zaman dan Lingkungan*. Surakarta: Danar Hadi.
- Elliot, J. 2000. *Action Research For Educational Change Developing Teachers and Teaching*. Philadelphia: University Press.
- Herawati, K. 2010. *Batikku Pengabdian Cinta Tak Berkata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Indah.
- Hermawati, I., & dkk. 2011. *Evaluasi Program Kelompok Usaha Bersama (KUBE)*. Yogyakarta: B2P3KS.

- Ife, J. 2008. *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kementerian Sosial RI. 2010. *Pedoman Kelompok Usaha Bersama*. Jakarta: Kemensos.
- Kemmis, S., & MC. T. 2006. *The Action Reserch Planner*. Victoria: Deakrin University.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 1*. Jakarta: INDEX.
- Kotler, P., & Kevin. L. K. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Machendarwaty, N., & Safei. A. A. 2001. *Pengembangan Masyarakat Islam: dari Ideologi, Strategi sampai Tradisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Magdalena, H., & Widya. E. 2017. Strategi Memanfaatkan *E-commerce* dalam Memasarkan Makanan Khas Bangka (Studi Kasus: Aneka Citra Snack). *Cogito Smart Journal*, Vol. 3, No. 2.
- Mardikanto, T., & Poerwoko. S. 2012. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- MarkPlus Insight. 2012. *Netizen Survey*. Diakses 15 Oktober 2017. <https://dailysocial.id>
- Maryama, S. 2013. Penerapan E-commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Liquidity*, Vol. 2 No. 1, 73-79.
- Muangkhot, S. 2015. Strategic Marketing innovation and marketing performance: an empirical investigation of furniture exporting businesses in Thailand. *The Business and Management Review*, Vol. 7 No. 1.
- Mumtahana, H. A., & dkk. 2017. Pemanfaatan Web *E-commerce* untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, Vol. 3, No. 1.
- Pearson, M. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.

- Poerwanto, & Zakaria. L. S. 2012. Inovasi Produk dan Motif Seni Batik Pesisiran sebagai Pengembangan Industri Kreatif dan Kampung Wisata Minat Khusus. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, Vol. 1 No, 4, 217-229.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. Edisi Kedua. Yogyakarta.
- Sarastuti, D. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran *Online* Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16, No. 01, 71-90.
- Sarwar, A., & dkk. 2013. The Usage of Social Network as a Marketing Tool: Malaysian Muslim Consumers' Perspective. *International Journal Of Academic Research in Economics and Management Sciences*, Vol. 2, No. 1.
- Siagian, H., & Edwin. C. 2014. Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8 No. 2, 55-61.
- Staton, W. J. 2000. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Suharto, E. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama.
- Suparjan & Hempri. S. 2003. *Pengembangan Masyarakat: Dari Pembangunan Sampai Pemberdayaan*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Turban, E., & dkk. 2002. *Electronic Commerce – A Managerial Perspective*. Edisi Kedua. New York: Prentice Hall.
- Verina, E., dkk. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial Fecebook. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 10 No. 01.
- Vermaat, S. C. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Infotek.
- Wong, J. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Yulianti, Y. 2012. *Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perkotaan di Kota Solok*. Universitas Andalas.

