

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Akbarina, Farida. 2018. *Pengantar Bisnis*, Malang: POLINEMA PRESS.
- Arif, Furchan. 2007. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Anwar. *Strategi komunikasi*. 1994. Bandung: Rosdakarya.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Haenlein, Michael. 2010. Users Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. *Business Horizons*. Vol.53. No.1, dalam <http://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003> diakses pada 9 September 2020.
- Hartono, Hendri dan Karyana Hutomo. 2012. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan*. Binus Business Review Vol.3. No.2, dalam <http://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271> diakses pada 28 Februari 2020.
- Harun, Rochajat. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian*. 2007. Bandung: Mandar Maju.
- Hermawan, Agus, 2012. *Komunikasi Pemasaran: Model Komunikasi Pemasaran (IMC)*, Jakarta: Erlangga.
- Khamaria, Desi. 2019. *Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi: UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, dalam <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/21118> diakses 19 Februari 2021.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, edisi 11, Jilid 2. Jakarta: Prenhalindo, dalam <http://dx.doi.org/10.29406/jmm.v11i1.55> diakses 5 September 2020.

- Latief, Nurahmah, 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan* ISSN 2580 - 4928 Vol.1, No.1. Juni. Dalam <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i2.2924> diakses pada 29 Februari 2021.
- Latief, Nurahmah. 2019. *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada DP Store Makasar*, Skripsi: UNM, dalam <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/14598> diakses 29 Februari 2021.
- Leny, Muniroh, Hurriyaturohman, dan Asti Marlina. *Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengrajin Tas di Ciampea*. *Jurnal Ilmiah Inovator*. Edisi September 2017, dalam [10.32832/tadibuna](https://doi.org/10.32832/tadibuna) diakses pada 29 Februari 2021.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. 2000. Yogyakarta: Bagian Penerbit, Fakultas Ekonomi UI.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, A.M. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Muaslihah, Fasihatul. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam*. Skripsi: UIN Lampung.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. 2004. Yogyakarta: Akademi manajemen dan perusahaan YKPN.
- Nazir, Moh. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nawawi, Hadari. *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*. 2005. Yogyakarta: Gajah Mada Press.
- Nurlisah, 2018. *Pengaruh Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Lipaq Share Mandar Pada Malolo Gorub Kabupaten Polewali Mandar Dalam Perspektif Islam*. Skripsi: UIN Alauddin Makassar.
- Pendit, Nyuman S. 2002. *Ilmu Pariwisata cet.7*. Jakarta: Pradyana Pramita.

- Pitoy, Claudia Vanesha. 2016. *Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution (Studi Kasus Pada PT. Astragraphia, TBK Manado)*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16 No. 3, dalam **10.32400/iaj** diakses pada 17 Februari 2021.
- Purba, Amir. dkk. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 2010. Medan: Pustaka Bangsa.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press.
- Swastha, Basu. 2014. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty: Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2014. *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Suryani, Ita, 2018. *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2018*. Jurnal komunikasi. ISSN 1907-898X Vol.8, No.2, dalam <http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v3i2.2730> diakses pada 28 Februari 2021.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Thoriq, Detara S Putera. 2019. *Peran Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Bisnis Rumah Residensial di Kusuma Pesanggrahan Batu Jawa Timur*. Skripsi: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Umar, Abdullah. *Peranan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bagi Usaha Kecil Dan Menengah*. KNIT-2 Nusa Mandiri BSI Convention Center Bekasi, 6 Agustus 2017 ISBN: 978-602, dalam <https://docplayer.info/123092822-Bekasi-6-agustus-2016-isbn.html> diakses pada 15 November 2021.
- Wahjono. 2010. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Winardi. 1998. *Ilmu dan Seni Menjual*. Bandung: Nova.