

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hamdi. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- Alfiyandi dan La Ode Syarfan. 2016. "Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Da-Ichi Life Cabang Pekanbaru", *Jurnal Universitas Islam Riau, Vol.2 No 1*
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augustinah, Fedianty dan widayati. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang, *Jurnal Dialektika, Vol 4, No.2,*
- Ayodya, Wulan. 2020. *UMKM 4.0*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- B. Miles, Mathew. & Huberman, A. Michael. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press.
- Bonne & Kurtz. 2002. *Pengantar Bisnis Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi)*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Darmawan, Deni. 2014. *Perkembangan E – Learning Teori Dan Desain*. Bandung : PT REMAJA RODASKARYA.
- Departemen Agama RI. 2000. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung:: CV. Diponegoro.

- Desi Khamaria. 2019. *Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Riau: UIN SUSKA.
- Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni. 2019. Pemanfaatan Media Social Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*) *Jurnal Common, Vol. 3, No.1*.
- Donatus Klau Bria dan Dwi Gemina. 2017. "Pengaruh Harga Jual Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor". *Jurnal Visionida, Vol. 3, No. 1*
- Duwi Ratna Sari. 2015. *Pengaruh Promosi Terhadap Produktivitas Dalam Penjualan Mobil Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Cabang Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam*. Pekanbaru.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Gangadharbatla, H. 2008. "Facebook Me: Collective Self-Esteem, Need To Belong, And Internet Self-Efficacy", *Journal of Interacting*.
- Gunelius dan Susan. 2011. *30 minuts Social Media Marketing*. United States: Mcgraw hills Companies.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Iman. 2015 "Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia)". *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 24 No.1*

- J. Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jessie Elita dkk, 2021. Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up Di Indonesia, *Jurnal Ilmiah, Vol.9. No.1*.
- Juliandi, Azuar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis (Konsep dan Aplikasi)*. Medan: Umsu Press.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. 2012. *Al- Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & L. Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran, Jilid II*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Manajemen Edisi 14*. Jakarta: Erlangga
- La Moriansyah. 2015. "Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No.3*
- Lutfi Nuraini Sandra Putri dan Isnurrini Hidayat Susilowati. 2017. Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok, *Jurnal cakrawala, Vol. 17, No.2*
- Maulidin, Ekky dan Nurhasan. 2019. Simulasi Dampak Pencahayaan Ruang Pada Penggunaan Roster Sebagai Fasad Bangunan, *Jurnal Arsitektur, Vol. 16, No.*

- McCarthy, E. Jerome William, D. Perreault, 1995 *Intisari Pemasaran Sebuah Rancangan Manajerial Global*, Jakarta: Binarupa Aksara,
- Mohammad Ato'illah. 2015. *Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk*. Jurnal WIGA. Vol. 5. No. 1
- Morisson. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Morrisan . 2019. Riset Kualitatif. Jakarta: Kencana.
- Mukhtar Abdul Kader. 2018. "Model Pemasaran Digital Marketing Fb\_Ads Dan Email Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan", *Jurnal ISEI Business and Management Review, Vol. I, No. 1*
- Mursid,M. 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi ke-1.Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasrullah, Rulli. 2017.*Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosda karya.
- Neli Kristina. 2018. Bauran Promosi Melalui Social Media Online Pada Nima Kitchen Samarinda, *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 2*
- Nissa Nurfitri.2011"*Analisis Perbedaan Omset Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu*". Semarang.
- Nurdin, Ismail dan Hartati, Sri. 2019. Metodologi Penelitian Sosial . Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Puntoadi. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2011
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis cet 16*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Comunionation*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stanson, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Saladin, Djasim. 1991. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran*,. Bandung: Mandar Maju.
- Syafrizal Helmi Situmorang dkk, Peran dan Manfaat Sosial Media Marketing bagi Usaha Kecil, *Jurnal of Entrepreneurship and Family Business*, Vol.1, No. 2, 2018.
- Sari, Silvia Kartika. 2015. *Peran Promosi Penjualan dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Buku Murah Online Surabaya*. Surabaya:STIE Perbanas.
- Subagyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta Timur: Alim's Publishing.
- Swastha,Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Ed III*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran, Ed IV*. Yogyakarta: ANDI
- Tri Atmoko dan Dedi Rianto Rahadi. 2021. Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk Perumahan Pt. Mandiri Agency Pada Masa Pademi Covid-19, *Jurnal Dimensi Vol. 10, No 1*.
- W. Griffin, Ricky & J. Ebert, Ronald. 2007. *Bisnis Edisi Kedelapan Jilid 1*.Jakarta: Erlangga

- Wibowo, Radna Andi. 2019. Manajemen Pemasaran. Semarang: Radna Andi  
Wibowo
- Widiastuti, Rosarita Niken. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*,. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Wulandari, Sari & A. Supratman, Nurdintra. 2018. Potensi Penggunaan Media Sosial Bagi UKM. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*
- Yulianti, Farida. 2019. Lamsah dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Yulianti. 2019. *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung*. Lampung:UIN RADEN INTAN.