

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ahmad, Fathoni, "Kedudukan Manusia di Hadapan Allah" dalam <https://islam.nu.or.id/tasawuf-akhlak/kedudukan-manusia-di-hadapan-allah-w605y>, diakses 14 Maret 2022.
- Amril, Dapit. 2017. Etika Informasi dalam Perspektif Al-Qur'an. *Jurnal Al-Fuad, Volume 1, No. 1*.
- Barlian, Eri. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabima Press.
- Chandra, Suhartono dan Richard Andrew. 2018. Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Volume 2, No. 2*.
- Departemen Agama RI. t.t. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. t.t.p.: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an.
- Fajriah, Nurul, Wige Tina Cahyanti, dan Sheila Febriani Putri. 2021. Peran Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Thriftelniz Online Shop. *Jurnal Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics, Volume 1, No. 3*.
- Ferica, Sheila dan Davis Roganda Parlindungan. 2020. Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Online Shop @diet\_inget\_irwan. *Kalbisocio Jurnal Bisnis dan Komunikasi, Volume 7, No. 2*.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Strategi" dalam <https://kbbi.web.id/strategi>, diakses tanggal 20 Desember 2021.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, Puguh. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh. *Jurnal Kompetensi, Volume 11, No. 2*.
- Kusuma, Diana Fitri dan Mohamad Syahrir Sugandi. 2018. Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 3, No. 1*.
- Lusiyana, Inda. 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran Kitty Hijab di Media Sosial Instagram*. Bandar Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Maleha, Nova Yanti. 2016. Manajemen Bisnis dalam Islam. *Jurnal Economica Sharia, Volume 1, No. 2*.
- Mubarok, Ilham, “Cara Beriklan di Instagram Ads untuk Pemula” dalam <https://www.niagahosterco.id/blog/car-membuat-instagram-ads/>, diakses tanggal 5 Maret 2022.
- Mufiddah, Amalia. 2019. *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Owner Online Shop By\_kk)*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Pinhome, “Coffee Shop” dalam <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/coffee-shop/>, diakses tanggal 4 Maret 2022.
- Putra, Mahardika. 2018. *Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus pada Online Shop @siramah\_jogja)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Qur’an Kemenag, “Al-An’am” dalam <https://quran.kemenag.go.id/sura/6>, diakses 27 November 2021.
- \_\_\_\_\_, “Al-Imran” dalam <https://quran.kemenag.go.id/sura/3>, diakses 27 November 2021.

- \_\_\_\_\_, “Al-Hajj” dalam <https://quran.kemenag.go.id/sura/22>, diakses 27 November 2021.
- Rahman, Iik Arif dan Redi Panuju. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Wacana Volume 16, No. 2*.
- Siskawati, Isna dan Indri Yuliati. “Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Hijab Syar’i Azmah Muslimah, Jurnal Syiar” Volume 1, No. 1, dalam <https://jurnal.staithawalib.ac.id/index.php/syiar/article/view/32>, diakses 31 Desember 2021.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Pendidikan*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, Yulius. 2019. *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supriyanto, Waldi. 2021. *Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Analisis Deskriptif Insight pada akun Instagram @instalombok\_)*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Tasnim, dkk. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Untari, Dewi dan Dewi Endah Fajariana. “Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur\_Batik), Jurnal Widya Cipta” Volume 2, No. 2, dalam <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>, diakses 20 November 2021.
- Wardhanie, Ayouvi Poerna. 2019. *Marketing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wawancara dengan Anisa Hardian Sakti selaku Pemilik Sabar Coffee and Go, pada 26 Februari 2022.
- Wawancara dengan Krisna Perdana Putra selaku Pemilik Sabar Coffee and Go, pada 26 Februari 2022.
- Wawancara dengan Hardiansyah M. Dewa selaku Lead Creative Sabar Coffee and Go, pada 22 Mei 2022.
- Wawancara dengan Nizar Fatchur selaku Content Creative Sabar Coffee and Go, pada 22 Mei 2022.

- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang, Jurnal Al Tijarah” Volume 2, No. 2, dalam <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>, diakses 4 September 2021.
- Widyastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB-UP Press.
- Wikipedia, “Instagram” dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses tanggal 20 Desember 2021.
- \_\_\_\_\_, “Kopi” dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi>, diakses tanggal 4 Maret 2022.
- \_\_\_\_\_, “Perspektif” dalam <https://kbbi.web.id/perspektif>, diakses tanggal 20 Desember 2021.