

DAFTAR PUSTAKA

- Aedy, Hasan. 2011. *Etika Bisnis Islam Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ahmad, Reza Fahlevi. 2014. *Sistem Informasi Penjualan Sandal Berbasis Web*. Bandung: UNIKOM.
- Alfiyandi. 2016. Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Sariah Pada Asuransi Panin Da-Ichi Life Cabang Pekanbaru, *Jurnal Universitas Islam Riau* Vol. 2 No. 1.
- Anggraini, Vita. *Pengertian Dari Media Sosial*. dalam <https://dosenpintar.com/pengertian-media-sosial/>, diakses pada tanggal 12 Februari 2022, pukul 1.11 WIB.
- Apriyani, Teti. 2020. *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Queen Optical Kota Cirebon*, Skripsi, Cirebon: IAI Bunga Bangsa.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asgandi, Supian. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Kurnia Petshop Banjarmasin*. *Jurnal Manajemen* Vol.1 No.2.
- Askin, Nur. 2016. *Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial*. *Jurnal Informatika UPGRIS* Vol. 2 No. 2.
- Asse, Rridho Azlam Ambo. 2018. *Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bbakso Mas Cingkrank Di Makassar)*. *Jurnal Komunikasi KAREBA* Vol. 7 No. 2.
- Bahri, Syabbul. 2013. *Hukum Promosi Produk Dalam Prespektif Hukum Islam*. *Jurnal Episteme* Vol. 8 No. 1.
- Bria, Donatus Klau. 2017. *Pengaruh Harga Jual Produk Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Dragon Produk Indonesia Caringin Kabupaten Bogor*. *Jurnal Visionida* Vol. 3 No.1.
- Departemen, Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: UT.
- Elita, Jessie. 2021. *Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up Di Indonesia*. *Jurnal Ilmiah* Vol. 9 No. 1.

- Fausia, Ika Yunita. 2008. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Ricky W. 2007. *Bisnis Edisis Kedelapan Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin dan Ebbert. 2014. *Pengantar Bisnis Edisi Ke Sepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Handika, Made Resta. 2018. *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.15 No.2.
- Hanafi, Rindyah. 2018. *Ekonomi Lingkungan; Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dalam Menjaga Keseimbangan Lingkungan Sekitar Hutan*. Malang: Media Nusa Creative.
- Hardiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Hunaaruka.
- Haryanto. 2015 *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Pustakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi*. Surabaya: Edulib.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. *Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran MC Donald's Manado*. Jurnal EMBA Vol.1 No.4.
- Hedynata, Marceline Livia. dkk. 2016. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. Jurnal Manajemen Vol.1 No.1.
- Iman. 2015. *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi Pada Penggunaan Produk Uniqlo di Indonesia)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.24 No.1.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: t.t.p.
- Indonesia, CNBC. dalam <https://www.cnbcindonesia.com/tech-facebook-terbesar-ri-urutan-berapa>, diakses pada tanggal 16 Februari 2022, pukul 21.11 WIB.
- Jauharoh, Alvina. *Strategi Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UD. Surya Manalagi Di Kabupaten Kediri*, IAIN Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Jusmaliani.2012. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Karim, Djamaluddin. 2014. *Marketing Terhadap Volume Penjualan (Stusi Pada PT Manado Sejati Perkasa Group)*. Jurnal LEMBA Vol.2 No.1.
- Kartajaya, Hermawan. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.

- Kementerian Agama, Al-Qur'an, dalam <https://quran.kemenag.go.id/sura/2>. diakses pada tanggal 12 Februari 2022, pukul 20.24 WIB.
- Khomariah, Nuril Esti. 2021. *Implementasi Pemasaran Ikan Hias "Sub Betta Brothers" Melalui Social Media Dan Digital Marketing*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.2 No.1.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks.
- Lee, Monle. 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Prespektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Leonita, Emy. 2018. *Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan*. Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi Vol. 18 No. 2.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriansyah, La. 2015. *Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents dan Consequences*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No. 3.
- Morisson. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, Zainal. 2011. *Facebook Dalam Komunikasi Pemasaran Modern*. Jurnal Teknologi Vol.1 No.2.
- Nasional, Departemen Pendidikan. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nurcholifah, Ita. 2014. *Strategi Mix Dalam Prespektif Syariah*. Jurnal Katulistiwa Vol.4 No.1.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahas*. Surakarta.
- Nuriawati. 2021. *Pemanfaatan Media osial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah*. Jurnal Ekonomi Islam Vol. 1 No. 1.
- Octavia, M. Liga Suryadana. 2015. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Pratiwi, A.A Manik. 2021. *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19*. Jurnal Satyagraha Vol.3 No.2.

- Permana, Silvester Dian Handy. 2019. *Oemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Kelangsungan UMKM*. Jurnal Pengembangan Komunitas dan Masyarakat Vol. 1 No. 1.
- Prihadi, Deddy. 2018. *Pengaruh Kemampuan E-commerce Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran*. Jurnal ISSN Vol. 3 No. 1.
- Puspitarini, Dinda Sekar, 2019. Pemanfaatan Media Social Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go lucky House*), *Jurnal Common* Vol. 3 No. 1.
- Rahman, Miftahur. *Pengembangan Produk Kopi Cap Semut Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Islam*. IAIN Raden Intan Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWAAT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pusat Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Comuniatin*. Jakarta: PT Gramedia Pusat.
- RI, Departemen Agama. 2010. *Al Hikmah Al-Qu'an Dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Ridhawati. Ria Resti. 2015. *Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Rabbani Searang*. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Rochim, Rachmat Nur. 2016. *Pusat Perdagangan Ikan Dan Mini Raiser*. Yogyakarta.
- Salim, Peter. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: t.p.
- Sanofa, Yuni. 2019. *Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri KPC Medan Marelan Raya*. Skripsi, Medan: Uniersitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sejahtera, Mina. "Pusat Ikan Hias Kabupaten Trenggalek", dalam <https://minasejahtera.com/pusat-ikan-hias-kabupaten-trenggalek/>, diakses tanggal 11 Februari 2022, pukul 13.49 WIB.
- Setiawati, Ira. 2017. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM*. Jurnal Ilmiah.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Prespektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwiknyo, Dwi. 2010. *Ayat-ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Tafsir A-qur'an. QS. *An-Nisaa*':29. dalam <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-29>, diakses pada tanggal 12 Februari 2022, pukul 21.00 WIB.
- _____. QS. *An-Nisaa*': 105. dalam <https://tafsirq.com/57-an-nisa/ayat-105> diakses pada tanggal 30 Mei 2022, pukul 19.40 WIB.
- _____. QS. *Al-Ahzab*:70. dalam <https://tafsirq.com/33-al-ahzab/ayat-70> diakses pada tanggal 12 Februari 2022, pukul 21.11 WIB.
- _____. QS. *Al-An'am*: 162. dalam <https://tafsirq.com/6-Al-An'am/ayat-162> diakses pada tanggal 12 Ferbruari 2022, pukul 22.40 WIB.
- _____. QS. *Al-Hadid*: 4. dalam <https://tafsirq.com/57-al-hadid/ayat-4> diakses pada tanggal 30 Mei 2022, pukul 19.00 WIB.
- Taufik, Hidayat. 2008. *Panduan Membuat Toko Online Dengan Os Commerce*. Jakarta: Mediakita.
- Sindonews, Kalam. QS. *Al-Mu'minum*: 51. dalam <https://kalam.sindonews.com/ayat/51/23/al-muminun-ayat-51>, diakses pada tanggal 12 Februari, pukul 21.30.
- Swasta, Basu. 1985. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tampubolon, Mikharisti. 2016. *Strategi Promosi Coffe Shop Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Crematology)*. Jurnal E-Prosiding Manajemen Vol 3 No. 2.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tim Jatimtech. *Apa Itu Facebook (FB) Pengertian, Sejarah, Fitur, Dan Kegunaan*, dalam <https://www.jatimtech.com/apa-itu-facebook-55288>, diakses 27 November 2021.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triyaningsih, SL. 2011. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 11 No. 2.
- Utami, Serly Puti. 2016. *Optimalisasi Media Sosial Facebook Sebagai Digitl Marketing Untuk Media Promosi dan Penjualan Pada UMKM Wiwit Collection*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Utamy, Pratiwi. 2016. *Sitem Informasi Penjualan Menggunakan Aplikasi VB Net 2008 pada CV Aulia*. Palembang: Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Wahyuningtyas, Anindia Putri. *Strategi Pemasaran Home Industri Pia Rizky Dalam Menghadapi Persaingan dan Meningkatkan Penjualan (Studi*

Kasus Pia Rizky Desa Gembleb, Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek). IAIN Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan.

Widharta, Willy Pratama. 2013. *Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1.

Winardi. 2003. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Pranamedia Group.

Yulianti. *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Prespektif Eonomi Islam*. UIN Raden Intan Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan.