

DAFTAR PUSTAKA

- . (2008). *Pasal 19 UU No. 20 Tentang Pengembangan UMKM Dalam Bidang Sumber Daya Manusia*.
 - . (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah) Bab 1 Pasal 1*.
 - . (2015). *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia)*. Jurnal Administrasi Bisnis, 24(1).
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arjuni, Adi Ratna Dwi, (2021). *Peran Media Sosial Dalam Pemasaran Bagi Peningkatan Penjualan Iphone di Toko Myvstore Tulungagung*, (skripsi, Tulungagung: Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah
- Bhagas, Arva. (2016). *Analisis Pengaruh Modal, Jumlah Tenaga Kerja, Teknologi Dan Bantuan Pemerintah Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Study Kasus Umkm Sulam Pita Di Kota Semarang)*. Jurnal Skripsi.
- Departemen Agama RI. (2002). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta Timur: CV Darus Sunah.
- Funk, Tom. (2013). *Advance Social Media Marketing*. New York: SPi Global.
- Ghofur, A., Edy, I. T., Rohman, R., & Athobari, M. F. (2020). *Pengembangan UMKM Songkok Melalui Model E-Business Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Industri Kreatif Masyarakat Di Kelurahan Banjarmasin Kabupaten Lamongan*. Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 4(3).

- Hidayat, Agung Krisna dkk. (2020). *pengembangan UMKM di Kabupaten Jepara Melalui Pembuatan Promosi Katalog Mabel*. Jurnal URECOL (University Research Colloquium), 1(11).
- Kasmir, 2010. *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Prenada Media Group. Kotler and Lane Keller, Manajemen Pemasaran.
- Marzuki. (2000). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Bagian Penerbit, Fakultas Ekonomi UII.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Muflih, Muhammad. (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosiotekologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Mohammad. (2003). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurcholifah, Ita. 2014. *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*. Jurnal Khatulistiwa, 4(1).
- Nurlisah. (2018). *Pengaruh Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Lipaq Share Mandar Pada Malolo Gorub Kabupaten Polewali Mandar Dalam Perspektif Islam*. Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin.
- Pendit, Nyuman S. (2002). *Ilmu Pariwisata Cet.7*. Jakarta: Pradyna Pramita.
- Putra, M. Afianda. (2015). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada CV*. Jurnal Ilmiah Integritas, 1(3).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Tanzeh, Ahmad. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Wahjono. (2010). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.