

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, F. J. (n.d.). *Kelebihan Facebook Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online*.
- Afifa Fahrika, N. R. (2019). Pengaruh Online Marketing dan E-Service Quality terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Online Shop Joyism Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 1 (4), 52-63.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2001). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arisandi, M. T. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Aziz, R. S. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Haris Nawafi, S. F. (2020). Manajemen Pemasaran Online Get Latela Melalui Media Sosial Instagram. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 4(1), 82-98.
- Indonesia, K. A. (2020). *Al-qur'an Transliterasi Per Kata Dan Terjemah Per Kata*. Surabaya: Nur Ilmu.
- Irwilda Mahliza, A. H. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250-264.

- Komang Ayu Pradnya Indrawati, I. N. (2017). Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata, 17*(2), 78-83.
- Kurniawan, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Oleh Umkm Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Di Dusun Suka Sari Desa Rantau Sakti. *Skripsi Universitas Islam Riau*.
- L, T. (2017). *Psikologi Social Media*. Retrieved from komunikasi-indonesia.org
- Marlina, N. R. (2016). Manfaat Hasil Belajar Fashion Product sebagai Kesiapan Usaha Bridal Accessorie. *Universitas Pendidikan Indonesia, 7*(2), 77-85.
- Mirsah, A. P. (2020). Efektivitas Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Bisnis Online Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Makassar Dagang). *Skripsi Universitas Negeri Makassar*.
- Muljono, R. K. (2018). *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nasution. (1996). *Metodologi Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: Trasito.
- Nuraeni, D. S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common, 3*(1), 71-80.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradyna Pramita.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11*(2), 46-53.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial, 1*(2), 202-224.

- Resmawa, M. M. (2017, Juni). Efektivitas Penggunaan Social Media Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran STIE Yapan Surabaya. *Jurnal Margin Eco*, 1.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 94.
- Rofa'ah. (2016). *Pentingnya Kompetensi Guru dalam Kegiatan Pembelajaran dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Roshif, A. (2017). *Strategi Promosi Melalui Online Yayasan Yatim Mandiri Surabaya*. <https://digilib.uinsby.ac.id/18510/6/Bab%202.pdf> diakses pada 20 Mei 2023 pukul 18.17
- Safitri, C. B. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65-71.
- Santi, D. A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 246-270.
- Sholihah, A. (n.d.). "Pengguna Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Produk Teh Thailand Pikameame Di Yogyakarta". http://digilib.uin-suka.ac.id/31929/1/14730003_BAB-I_IV_DAFTAR-PUSTAKA.pdf diakses pada 28 Maret 2023 pukul 14.05
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrida Hafni Sahir, d. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

- Wahyuni, S. (n.d.). *Analisis Strategi Promosi Online Pada Pasarhosting.Com*.
<https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/71085/1/H14swa.pdf>
f diakses pada 28 Februari 2023 pukul 19.08
- Wijaya, H. d. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*.
Makassar: Sekolah Tinggi Theologi Jaffray.
- Yuhefizar. (2009). *Berteman Dan Berbisnis Lewat Facebook*. Jakarta: PT Alex
Media Komputindo.
- Yuliani, A. (2017). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*.
https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media diakses pada 8 Juli 2023 pukul
08.45
- Yuliansyah, W. J. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online (Online Marketing Strategy) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store*. Retrieved from
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/679>.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Zahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia.
- Zainal, V. R. (2017). *Islamic Marketing Manajement*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zakly, N. Z. (2021). Pendekatan Integralistik Sebagai Media Alternatif Inovasi Pendidikan Islam Di Era Milenial. *Jurnal Pendidikan*, 2(3), 156.
- Zefri, M. S. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 308-316.