

Daftar Pustaka

- Achsa, Henrikus Egha Hanintyas Widiastomo dan Andhatu.2021.“ Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan, Kinerja” 18(1),1- 16
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan status whatsapp sebagai digital marketing warga kecamatan medan satria bekasi di era new normal. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 66-72.
- Akbar Mohammad Aldrin.2020.*Pasar Teori Dalam Bisnis Digital*,Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Astiwaru, Rikza Eka . 2019."Implementasi Bauran Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mutiara Cake (Studi Kasus UMKM Mutiara Cake di Desa Tlogomulyo Kec. Gubug Kabupaten Grobogan)” Semarang:Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Atmoko,Bambang Dwi. 2012.*Instagram Handbook*.Jakart:Media Kita.
- Arikunto, Suharmi.2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ayu Larasati, yana, Adhi Pradiptya, and Mita Mawardani. (2022) “ Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati.” *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 20(4),397– 402 dalam <https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/6055>,diakses 26 November 2023
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodelogi Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Cahyono, Basuki dkk, “ Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening” , *Jurnal Manajemen*, 3 (3) 1-13

- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K.2009. *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: Prentice Hall
- Cummins, Julian.2010. *Promosi Penjualan: Bagaimana Menciptakan Dan Menerapkan Program Yang Benar-Benar Berhasil*. Jakarta: Kharisma Publishing.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran cet. I*. Bandung: Satu Nusa.
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur' an Tajwid Dan Terjemahannya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Firmansyah, Muhammad Anang Komunikasi Pemasaran. 2019. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media
- Gunawan, Andi Chakti. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Jakarta: Celebes Media Perkasa
- Gunara , Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo. 2007 *Marketing Muhammad Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Bandung: PT Karya Kita,)
- Gebril Sang Rahmadanis. 2022.*Implementasi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Komparasi Konter Tindy Cell Dan Konter Star Cell Di Tulungagung) dalam <http://repo.uinsatu.ac.id/26982/>, diakses pada 8 Mei 2024*
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” *Binus Business Review*,3(2) 882-897
- Herawati, Sri. 2011.*E-Marketing*. Surabaya: Media Pustaka.
- Hubberman, Miles.1992. *Analisi Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Ikhsan.” Digital marketing “ ,dalam <https://sasanadigital.com/en/apa-yang-dimaksud->

dengan-digital-marketing/ ,diakes 19 April 2024

- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . cet.1.Jakarta: Gaung Persada.
- Kasmir dan Jakfar.2003. *Studi Kelayakan Bisnis*.Jakarta : Prenada Media.
- Jasri, J., Said, S., & K, A. 2020. “ Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Etnis Tionghoa Menggunakan Jasa Bank Syariah.” . . . *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 7(1) 1– 16. dalam <https://doi.org/https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.2915>,diakses 26 November 2023.
- Khotijah, Siti.2004 .*Smart Strategy of Marketing*, ALFABETA, Bandung.
- Kiama, S. R., & Unesa, K. K. S. 2013. Pemanfaatan E-Mail dalam Korespondensi Sebagai Perwujudan Paperless Office di PT Telkom. *Jurnal Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 1(3).hal 1- 19
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2014. *Principles of Marketing*, , Pearson Education Inc. 10th ed. Upper Saddle River,New Jersey: Pearson Education Inc.
- Larasati, S. A., Istiqomah, A., Ramadani, A. S., Khoiriyah, A., & Radianto, D. O. 2024. Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321-332.
- Linda and S. Lai. 2011. “ Facebook Lessons for E-Business Startups,” *Journal Social. Education. Economy Business*, Vol. 5.
- Mait, F. H., Lumanauw, B., & Samady, R. 2022. Analisis Strategi *marketing mix* Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Pabrik Roti Nabila Bakery Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*

dan Akuntansi, 10(1), 996-1003.

- Manap, Abdul. 2013. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang, Sardjana Orba. 2021. *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Mellinia, R. A., & Hati, S. W. 2022. Analisis Penggunaan Digital Marketing Pada Media Sosial Terhadap Volume Penjualan Umkm Fashion Di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 6(2), 132-141.
- Moleong, Lexy. J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2004. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Mujito, Hari Muharam dan Dasmansyah Adyas. 2023. *Manajemen Pemasaran Sebuah Pengantar Untuk Pemula*, (Tasikmalaya: Edu Publisher)
- Murtiyanto, R. K., Trivena, S. M., & Wijayanti, R. F. 2021. Strategi Promosi Pada Umkm Sweetyberry Guna Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 15(2), 219-226.
- Nasution. 1996. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nawan, A. R. S. 2020. *Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Syari' ah Marketing (Studi Kasus di PT Anugerah Kubah Indonesia Kabupaten Kediri dan CV Seribu Kubah Kabupaten Tulung Agung)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri). 1- 132
- Pradiptya, A., & Mawardani, M. 2022. "Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati." *SOLUSI Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Semarang* 20(4) 397-402 dalam <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v20i4.6055> diakses 25 November 2023.

- Sugiyono.2017.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, Leni. 2020.“ *Pengaruh Online Marketing Dan Offline Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Vivi Jilbab Dan Fashion di Kota Jambi*” , Skripsi.
- Sumitro, Warkum. 2004. *Azas-Azas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Swas, Basu. 2001.*Manajemen Penjualan*. 3rd ed. Yogyakarta: BBFE
- Tambunan, Tulus.2012. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia:Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES
- Tarigan, Ridwan Sanjaya dan Josua.2019. *Creative Digital Marketing*. Jakart: PT Elex Media Komputindo
- Tjiptono,Fandy. 2015.*Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.
- Tria, A. 2017. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran *Online Dan Offline* Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Wijaya. 2018.“ *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*” , (Makasar: Sekolah Tinggi Teologi,
- Wikipedia,*Tenun ikat*,dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Tenun_ikat , diakses 10 Oktober 2023
- Yusanto Muhammad Ismail, Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002 *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani,
- Zulkarnai. 2012. *Ilmu Menjual (Pendekatan Teoritis & Kecakapan Menjual)*. 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu