

## DAFTAR PUSTAKA

- Albanjari, F. R. (2023). MANFAAT DAN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN SYARIAH.
- Arisandy, Yosi dan Robby S. 2018. Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah. *Al-Intaj. Vol. 4 No. 1*
- Bedudu dan Sutan Mohammad Zain. 2010. *Efektifitas Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Dewi, Ade Triani. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga (Studi Kasus: Toko Floriz Kelurahan Pulo Brayon Bengkel Baru, Kecamatan Medan Timur)*, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Farahdinna, Putri Nazhifa. 2022. *Penerapan Strategi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Fika, Rahma. “Pengertian Perspektif: Teknik, Jenis-jenis, dan macamnya”. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-perspektif/>. Diakses pada 2 Desember 2023 pukul 09.15.
- Gitosumarno, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Gustanto, E. S. (2022). Digital Marketing dalam Perspektif Hukum Islam: Pendekatan Maqashid Shariah Index. *Tamaddun Journal of Islamic Studies*, 1(1), 70–79.
- Handayani, T., Pusporini, P., & Resti, A. A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 209–220.
- Harini, Cicik, Heru Sri Wulan, dan Feri Agustina. 2021. Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Menggunakan Digital Marketing pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Vol. 23, No. 2*.
- Ilham, M. A., & Arafah, M. (2024). ANALISIS PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN PADA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI MASA KINI DITINJAU DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi pada Pengguna Online Shop di Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(9).
- Jasri, Nadia A., Hasanuddin, dan Hurriah A. H. 2022. Penerapan *Digital Marketing* dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research. Vol. 6, No. 2*.
- K, Amiruddin. 2014. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Makassar: Alaudin Univercity Press.
- Kertajaya, H. (2006). Muhammad syakir sula. *Syariah Marketing*. Abdullah, M. A. (2022). *Falsafah Kalam di Era Kontemporer*. IRCiSoD.
- Kurniawari, Dewi dan Nugraha Arifin. 2015. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika. Vol. 1, No. 2*.
- Larasati, Tas'yana Ayu, Adi P., dan Mita M.. 2022. Penerapan *Digital Marketing*

- dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* . Vol. 20 No. 4. hal. 398.
- Malang: PT. Literindo Berkah Karya.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Panggabean, S. A. (2022). Digital Marketing Perspektif Ekonomi Islam. *KOLONI*, 1(2), 526–535.
- Pradiani, Theresia. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*. Vol. 11 No. 02.
- Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *Solusi*, 20(4), 397–402.
- Pratama, I Wayan Adi. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang : PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Pusat Pekajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI UII). 2008, *Ekonomi Islam*, Penerbit Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Putra, Fauzi Dwi. 2017. Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol. 9, No. 2.
- Rianda, R. R., Anggraini, B., Fitri, S. D., & Wismanto, W. (2024). Prinsip Muamalah dalam Ekonomi Syariah: Tinjauan dan Implementasi. *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 122–136.
- Setiana, Farida Arum dan Naufal Kurniawan. 2023. “Analisis Penerapan Strategi Digital Marketing dalam meningkatkan Omset Penjualan Produk Rabbani Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1.
- Sucahyo, Febriawan Adi. 2014. *Analisis Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Toko Olahraga Sport Smart Fik Uny*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syahputra, A., & Yoesoef, Y. M. (2020). Praktek Gharar pada endorsement produk di media sosial Instagram. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 117–126.
- Aisyah, S. F. (2024). Etika Bisnis Islam: Implementasi Prinsip Keadilan Dan Tanggung Jawab Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 49–61.
- Thamrin, Abdullah & Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tindaon, Yosi Abdian. 2022. “Pengertian Pengaruh”, <http://yosiabdiantindaon.blogspot.com/2012/11/pengertian-pengaruh.html> . Diakses pada 18 September 2023 pukul 10.15.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, dan Aniek Indrawati. 2020. *Digital Marketing*.
- Wilar, Rosalinka Christina, Imelda W. J. O., dan Reymond Ch K.. 2022. Analisis Pemanfaatan Strategi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Pnjualan Peternak Babi di Desa Toraget Kecamatan Langowan Utara. *Jurnal EMBA*, Vol. 10 No. 4.
- Yunus, Eddy. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.