

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing, 2022.
- Aisyah, Siti. “Pemanfaatan Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Jahit Pakaian.” Skripsi, Universitas Gadjah Mada, 2020.
- Amini, Dwi, dan Putri, R. “Strategi Digital Marketing terhadap Loyalitas Konsumen Usaha Mikro Fashion Muslimah di Sidoarjo.” Skripsi, Universitas Jember, 2020.
- Amelia, Zaida. “Strategi Pemasaran Penjahit Pakaian di Masa Pandemi Covid-19 melalui Pengembangan Kegiatan Ekonomi Kreatif.” Skripsi, Universitas Negeri Malang, 2021.
- Aaker, David A. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama, 1997.
- Adi Nugroho. *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika, 2006.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Armstrong, Gary, dan Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi ke-12. Diterjemahkan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Chaffey, Dave, dan Fiona Ellis Chadwick. *Digital Marketing*. Edisi ke-7. Diterjemahkan oleh R. Sutanto. Jakarta: Salemba Humanika, 2019.
- Creswell, John W. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi ke-4. Diterjemahkan oleh Achmad Fawaid dan R. Kholid A. Syamhudi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Hanafi, M. Hamdun. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit, 2003.
- Howard, Philip N., dan Malcolm R. Parks. “Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence.” *Journal of Communication* 62, no. 2 (2012): 241–245.
- Hutahaean, Jeperson, dkk. *Literasi Digital: Bijak Dalam Berekspresi dan Bermedia Sosial*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022.

- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2022.
- Khan, Gohar F. *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. New York: Routledge, 2017.
- . *Strategi Media Sosial untuk Komunikasi Bisnis dan Pemasaran Digital*. Diterjemahkan oleh Nurudin dan M. Dzulqornain. Yogyakarta: Andi Offset, 2020.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-13. Diterjemahkan oleh A. Widjaja. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12 Jilid 1. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Indeks, 2009.
- . *Marketing Management*. Edisi ke-15. Diterjemahkan oleh A. Widjaja. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken: John Wiley & Sons, 2017.
- Levitt, Theodore. *Marketing Imagination*. Diterjemahkan oleh Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke-2. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode*. Edisi ke-5. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohindi Rohidi. Jakarta: UI Press, 2023.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Nugroho, Adi. *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika, 2006.
- Patton, Michael Quinn. *Metode Evaluasi dan Riset Kualitatif*. Edisi ke-5. Diterjemahkan oleh Edy Suandi Hamid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022.
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Sari, Fitri Nabila. "Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Meningkatkan Penjualan Usaha Jasa Jahit di Jakarta." Skripsi, Universitas Kristen Satya Wacana, 2021.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-10. Diterjemahkan oleh R. Sutanto. Jakarta: Erlangga, 2010.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Surya, Edi. *Digitalisasi Bisnis UMKM Melalui Pemasaran Media Sosial*. Bandung: Universitas Padjadjaran. 2021.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-4. Yogyakarta: Andi, 2014.
- . *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Viva, Ryantina Julia, Mashudi, dan Qomarul Huda. “E-Commerce dan Tanggung Jawab Sosial: Merangkul Sustainability Business dalam Etika Bisnis Islam (Studi Multisitus pada Zaidan Mall dan Delfybroscantik).” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2023): 204–213.
- WhatsApp Inc. “Tentang WhatsApp Business.” Diakses pada 22 April 2025 dari <https://www.whatsapp.com/business/>.
- Yuniarti, Rina. “Diversifikasi Produk sebagai Strategi Pengembangan UMKM Makanan dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif.” *Jurnal Pengembangan UMKM* 8, no. 1 (2021): 55–67.