

DAFTAR PUSTAKA

BUKU DAN JURNAL

- Aedy, H. (2011). *Etika Bisnis Islam Teori dan Aplikasi*. Bandung: Afabeta.
- Afrina, D., & Achiria, S. (2019). Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. Bandung: Afabeta.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3). Diambil dari <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400>
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & isu-isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Episteme*, Vol 8(No 1), 141.
- Caniago, F. (2023). ETIKA ISLAM DALAM BAURAN PROMOSI. *Jurnal ilmiah magister ilmu administrasi*, Vol 17(No 1).
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis edisi kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Febriyanti, S., & Satria, B. (2022). Promosi dalam kegiatan e-commerce dalam perspektif islam. *jurnal studi keislaman*, 237.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.

- Gilarso, T. (2003). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2007). *Bisnis edisi kedelepan jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Halimatussyakdiyah, H. (2021). STRATEGI PROMOSI TOKO PAKAIAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Pada Toko Taste Fashion dan JGP Store). Diambil dari [http://eprints.uniska-bjm.ac.id/6756/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/6756/1/ARTIKEL HALIMATUSSYAKDIYAH REVISI - for merge.pdf](http://eprints.uniska-bjm.ac.id/6756/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/6756/1/ARTIKEL_HALIMATUSSYAKDIYAH_REVISI_for_merge.pdf)
- Hardani, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif Repository.Uinsu.Ac.Id*.
- Ikayanti, A. P. (2020). Pengaruh Influencer dan Iklan di Instagram pada Pemasaran Pariwisata. *Skripsi*, 10.
- Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>
- Jusmaliani. (2012). *Bisnis berbasis syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Karim, A. A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam Edisi 4*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Marketing and Introduction . Edisi 10*. Indonesia: Pearson.
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minimuman di Banjarbaru. *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Maguni, W., Mongkito, A. W., Sumiyadi, Hadisi, L., & Akhiria, D. R. (2023). MARKETING STRATEGY THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA (Study at Nazwa Hijab Kendari Clothing Store). *Journal of Science and Technology*, 2(1), 309.

- Nawangasasi, E. (2018). PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN JAJANAN PASAR PADA KELOMPOK UKM DI DESA KARANGPANDAN, KECAMATAN KARANG PANDAN, KABUPATEN KARANGANYAR. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 66–67.
- Nurrahman, R., & Yuliati. (2019). Efektivitas Media Sosial Instagram @ Visitbengkulu Effectiveness of Social Instagram @ Visitbengkulu As a Promotion Media for Tourism Bengkulu Province. *Kaganga*, 3(1), 25–36.
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @ detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi The Effectiveness of Social Media Instagram Account @ detikcom in Fulfilling Information Needs. *Jurnal PIKMA : Publikasi Media dan Cinema*, 4(2), 112–117.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Anggota IKAPI.
- Rasul, Abdul, & dkk. (2013). *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Rizaty, M. A. (2023). Ada 116,16 Juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023. Diambil dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>
- Rizqi, M., Afad, A., Cahyo, B., Adhi Pradana, S., & Ayodya, B. P. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Usaha Pakaian Thrift (Akun @rereseconhand57).
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar : Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sukirno, S. (2004). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi, edisi 3*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

- Swastha, B. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 12*. Yogyakarta: Libety.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Valiant, V. (2020). Instagram sebagai Media Eksistensi Diri. *Universitas Persda Indonesia*, 1(1), 1–79.
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif, 5(1), 1–8. Diambil dari <https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/siklus/article/view/298> %0Ahttp://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jana.2015.10.005%0Ahttp://www.biomedcentral.com/1471-2458/12/58%0Ahttp://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&P
- Yulianti. (2019). *Skripsi: Analisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan produk online shop ditinjau dari perspektif ekonomi islam*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- WEBSITE:**
- Rizaty, M. A. (2023). Ada 116,16 Juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023. Diambil dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>