

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A, A. (2015). *Riba, Gharar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah*. Kota Depok. Anggito, A. (2018). *Penelitian Kualitatif*. Sukabumi, Jawa Barat: CV Jejak.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jl. Tandra Raya, Jakarta: Kencana, 2-11.
- Edi, F. R. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Leutika Prio.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi)*. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media .
- Halim, F. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Helianthusonfri, J. (2018). *Tools For Social Media Marketing*. Elex Media Komutindo.
- Informasi, K. (2019, Oktober 19). *Pengertian Data Primer dan Data Sekunder*. Kadarudin. (2020). *Cerdas Bermedia Sosial Dari Kacamata Hukum*. Semarang, Jawa Tengah: CV Pilar Nusantara.
- Samawi, M. L. (2020). *Tinjauan hukum islam mengenai jual beli online*. Ad- Deenar: *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(01), 52. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i01.616>
- Setiawan, A. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jln Bojong genteng Nomor 18, Kec Bojong genteng, Kab Sukabumi, Jawa Barat: CV Jejak.
- Sipayung, R, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiono. (2007), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Tresyanto, C. A. (2017). *Pemasaran Jasa*. Jakad Media Publishing.

Warnadi, S. M. (2019). Manajemen Pemasaran. Sleman, Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.

Wijoyo, H. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi . Solok, Sumatera Barat: CV Insan Cendekia Mandiri.

Skripsi

Dewi, Y. A. (2018). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro. Pedurungan, Semarang.

Muffiddah, A. (2019). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. Keniten Ponorogo.

Rahmawati, D. (2016). Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz). Kramat Jati, Jakarta Timur.

Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka. Pemalang, Jawa Tengah.

Yulianti. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. Bandar Lampung.

Jurnal

Firmansyah, M. A. (2020). Komunikasi Pemasaran. Vol 11.

Gurmilang, A. (2015). Komunikasi Pemasaran Sebagai Metode Promosi Untuk Usaha Kecil Menengah. No 1.Vol 2, 126-140.

Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka. Pemalang, Jawa Tengah.

Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT.Astra

Internasional Manado. No 4 Vol 1.

Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. No 3 Vol 1.

Sinarsih, Rusdin Muhalling dkk. (2020), Dropship Dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus Di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari). Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kendari, Indonesia

Wahyudin Maguni . (2009) Etika Dalam Paham Ekonomi Islam Sebagai Suatu Pedoman Dalam Berekonomi. Jural Hukum Islam Dan Pranata Sosial

Internet

Informasi, K. (2019, Oktober 19). Pengertian Data Primer dan Data Sekunder.

Nuranisa, A. (2021). Tujuan Pemasaran, Fungsi, Konsep, dan Strategi Yang Wajib Diketahui Dalam Memulai Bisnis

