

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Amrin, Abdullah. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- Anizira, Anizir dan Restu Wahyuni. “Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang.” *Jurnal Sains Manajemen* Volume. 3 No. 2 (2017).
- Armawati, Isna dkk. “Pengaruh Brand Awareness , Brand Image dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia.” *Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Auditya [Herdana](#), “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi pada Pru Passion Agency Jakarta)” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* vol.3, 2015.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Durianto, Darmmadi dkk. *Strategi Menakhlukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Entaresmen, R Ajeng. “Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol . 9, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: UNDIP, 2016.

Handaruwati, Indah. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online” *Buletin Bisnis & Manajemen* Volume 03, No. 01 (2017).

<https://www.digitalinformationworld.com/2018/07/global-internet-statsinfographic.html?m=1> diakses pada 11 Januari 2019 pukul 11.03.

Huda, Nurul dkk. *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2017.

Indah Handaruwati, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online” *Buletin Bisnis & Manajemen* Volume 03, No. 01, Februari 2017.

Istianah dkk, “Analisis Sharia Marketing Mix terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian pada Online Shop Tiws.id” *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 05, Nomor 01, 2018.

Katalog *Produk Nu Amoorea*, PT Duta Elok Persada

Kertamukti, Rama. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015.

Kurniasari, Meatry dan Agung Budiarmo. “Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang” *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 7, Nomor 1, Maret 2018.

Mileva, Lubiana dan Achmad Fauzi DH. “Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 58 No. 1* (2018).

Mubarak, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina, “Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista.” *I-Economic Vol.3. No 1.* (2017).

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

NeoElearning, New Entrepreneur Orientation: Mengenal Bisnis Online Lebih Dekat, www.NeoElearning.com , 10, diakses pada 09 Oktober 2019.

Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

Pradiani, Theresia. “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan” *Jibeka Volume 11 Nomor 2* (2017).

Priyanto, Duwi. *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.

Ratnasari, Nunik “Pengaruh Social Media Marketing dan Perilaku Konsumen Online di Kota Subang Terhadap Brand Story pada Aplikasi Instant Messenger Line” *Dimensia Volume 13 Nomor 1*, 2016, 50-51.

Rohmad dan Supriyanto. *Pengantar Statistika: Panduan Praktis bagi Pengajar dan Mahasiswa*. Yogyakarta: Kalimedia, 2016.

Rudyanto. “Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial dan Keterkaitan Konsumen terhadap Niat Beli Konsumen.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa Vol. 11 No. 2* (2018).

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.

Staterkit *PT Duta Elok Persada*

- Subianto, Totok. “Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 2007.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumiati dan Nadiyah Hirfiyana Rosita. *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press, 2016.
- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru, 2015.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group, 2016.
- Suryani, Ita. “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)” .
- Susanto, A B dan Himawan Wijanarko. *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis & Manajemen, 2004.
- Swaty, Wirania. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Timpal, Nicky dkk. ”Pengaruh Brand Awareness dan Brand Attitude terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia (Studi Kasus pada Siswa SMA dan SMK di Kota Manado).” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 01* (2016).
- Utami, Indah Wahyu. *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017.

Wardhana, Aditya. “Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.” *Prosiding Seminar Nasional ISBN*.

Wibowo, Dimas Hendika dkk, “Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)” *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 29 No.1, 2015.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

