

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an. Al-Maidah Ayat 1, *Al Hufaz Al qur'an Hafalan Mudah*, Bandung: Cordoba, 2016.
- At-Tariqi, Abdullah Abdul Husain. *Ekonomi Islam Prinsip, Dasar, dan Tujuan*, Jakarta: Magistra Insania Press, 2015.
- Bayanuloh, Ikhsan. *Marketing Syariah* cet 2, yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Dwijayanti, Andina dan Puji Pramesti, Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempekk4Beradek dimasa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ikraith-Abdimas* Vol.4 No.2 (2021).
- Fauzan. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: Bildung Nusantara, 2019.
- Gunara, Thorik dan Sudibyo, Utus Hardiono, *Marketing Muhammad*, Bandung: Madani Prima, 2007.
- Hasan Ahmad Farroh. *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer Teori dan Praktik*. Malang: UIN Maliki Press, 2018.
- Huda, Nurul dkk, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuanitatif*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Ilahi, Muhammad Irham, "Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan pada Toko Chocolicious Indonesia," Skripsi: UIN Alauddin Makassar, (2019).
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran&Kepuasan Pelanggan*, Surabaya Unitomo Press, 2019.
- Kertajaya Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir. *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan, 2006.
- Khotler, Phillip dan Armstrong, Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kominfo, "Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang," diakses pada 2 januari 2022.
https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran* (2nd ed), Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002.
- Kurniawan, Dhika Amalia dan Abidin, Muhammad Zaenal. *Pengantar Pemasaran Islami Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*, Ponorogo: Unida Gontor, 2018.

- Marzuki, Ismail dan Ramdiah, Fatih. “Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam,” *Iqtisadia : Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2019), diakses pada 7 juli 2021 <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/iqtisadia>
- Mubarok, Nurul dan Maldina, Eriza Yolanda. “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,” *Jurnal I-Economic* 3, no.1. (2017) <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ieconomics/article/view/1480/pdf>
- Muslim, Buhori dan Dayana Liza. “Sistem Informasi Peraturan Daerah (PERDA) Kota Pagar Alam Berbasis Web,” *Jurnal Ilmiah Betrik*, Vol. 07 No.01 (2016): 39.
- Nurcholifah, Ita. “Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah,” *Jurnal Khatulistiwa-Journal of Islamic Studies* 4, No. 1(2014)
- Poerwandi, Kristi. *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Perilaku Manusia*, Depok:LPSP3 FP UI, 2005.
- Raco. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Republika. “Kasus Penipuan di Medsos Capai 770 Juta Dolar Tahun 2021,” diakses pada 30 Januari 2022. <https://www.republika.co.id/berita/r6euhy459/kasus-penipuan-di-medsos-capai-770-juta-dolar-tahun-2021>
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ed.1 Cet.1*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Saprijal dan Makmur, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian”, *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol.3, (2015).
- Sitorus, Onny Fitriana dan Utami, Novelia. *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suindrawati , “*Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan di Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora Jawa Tengah*”. Skripsi:IAIN Purwoerto, (2015).
- Tjipto, Subandi. *Metode Penelitian Kualitatif cet 1*, Surakarta:Muhammadiyah University Press, 2006.
- Zaki, Khonzi. *Manajemen Syariah Viral Marketing dalam Perspektif Pemasaran Syariah*, Bengkulu: Amerta Media, 2020.