

DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian SDM. (2019). *PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA STRATEGI DAN SEKTOR POTENSIAL*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementrian Komunikasi dan Informatika.
- Ahmad Syarif Iskandar, H. E. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Aisyah. (2023, mai 6). *bagai mana strategi promosi yang digunakan*. (m. a. ihwan, Interviewer)
- Aisyah. (2023, mei 6). *bagaimana media promosi pada isntagram*. (m. a. ihwan, Interviewer)
- Aisyah. (2023, mei 6). *media promosi yang digunakan*. (m. a. ihwan, Interviewer)
- Aisyah. (2023, mei 6). *strategi digital marketing yang digunakan*. (m. a. ihwan, Interviewer)
- Al Qur'an dan terjemahannya*2004Departemen Agama RI
- Alamurdi, I. (2002). *Ekonomi mikro*. Banjarmasin: Gramedia.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktek Syariah dalam Praktek Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Yahya. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah*2017*Skripsi thesis*
- Anisa Mayang Indri Astuti, S. R. (2020). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang56100)*. *Ilmu Manajemen* , 62.

- Bilung, S. (2016). Analisis SWOT dalam menentukan Strategi Pemasaran sepeda motor Honda pada CV. SEMOGA JAYA di area Muara Wahyu Kabupaten Kutai Timur. *Administrasi Bisnis* , 119.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management : Concepts and Cases (edisi 13)*. Jakarta: Selemba Empat.
- Dimas Hendika Wibowo, Z. A. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 60.
- Dr. Ir. H. R. Zulkifli Noor, S. M. (2010). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Yogyakarta: deepublish.
- Dwiya, D. M. (2018). “Strategi Digital Marketing,. *Word of Mouth* , 3.
- Farida Yukianti S.E., M. . (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Fatimah Nur Arifah, M. (2015). ANALISIS SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING. *TRANSFORMASI Jurnal Informasi & Pengembangan Iptek” (STMIK BINA PATRIA)* , 145.
- Ferrel, O. a. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- H.RBukhari *Keturunan Saudi Arabia*
- Handayani *ngarat2006 Pengantar Studi Administrasi Jakarta Gunung Agung*
- Heene, A. d. (2010). *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hermawan Kertajaya, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Hukum asuransi syariah2008 Jakarta Sinar Grafika*
- I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, I. G. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usah)*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press.
- Ilyas2014 *Studi komperatif prinsip asuransi jiwa takaful dan asuransi jiwa konvensional Jurnal ilmu hukum*
- Kertajaya, H. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.

- Lutfi, S. H. (2014). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Yoga, M (2021) *Manajemen Asuransi Syariah* 2015 Yogyakarta UII Press Yogyakarta
- Marissa Grace Haque-Fawzi, A. S. (2021). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Mecadinisa, N. (2021, juni 10). *FIMELA.COM*. Retrieved september 14, 2021, from m.fimela.com: <https://www.fimela.com/beauty/read4578615/melihat-perkembangan-industri-kosmetik-di-indonesia-pasca-covid-19>
- Metodologi Penelitian Hukum* 2002 Jakarta Raja Grafindo Persada
- Muhammad Kartajaya, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Nickols, F. (2011). STRATEGY, STRATEGIC MANAGEMENT, STRATEGIC PLANNING AND STRATEGIC THINKING. *ReaserchGate*, 3.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 4.
- Q.S Al Maidah ayat 2.*
- R, S. d. (2011). marketing pemasaran sebagai alat untuk mengukur kinerja pemasaran perusahaan. 170.
- Raharjo, t. E. (2019). *PEMASARAN DIGITAL*. Bogor: IPB Press.
- Raharjo, T. E. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Raharjo, T. E. (2019). *Pemassaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Cakrawala*, 109.
- Salusu. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan*. Jakarta: : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Salusu, J. (1996). *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sedarmayanti 2006 *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* Jakarta Bumi Aksara

sofijan, a. d. (2013). *manajemen pemasaran : dasar konsep dan strategi*. jakarta: rajawali.

*Some aspects of the islamic economy*1970LahoreIslamic Publications

Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Bandung: PT Alfabet.

Sunggono, B. (2002). *Metedologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Surakhmad, W. (2001). *pengantar penelitian ilmiah, dasara, metode dan teknik*. bandung: Tarsito.

Tanzeh, A. (2009). *Pengantar meedologi penelitian*. Yogyakarta: Teras.

Tati handayani, S. M. (2019). *manajemen pemasaran islam*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.

*Teori Administrasi Publik*2007BandungAlfabeta

Tjiptono, F. G. (2007). *Strategik PemasARAN*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Varadarajan, R. (2010). Strategic Marketing and Marketing Strategy: Domain, Definition, Fundamental Issues and Foundational Premises. *Journal of the Academy of Marketing Science* , 1.

Veithzal, R. (2012). *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia.

Wardoyo, P. (2011). *Enam Alat Analisis Manajemen*. Semarang: University Press.