

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsim. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arham, M. (2010). Islamic Perspective On Marketing. *Jouernal Of Islamic Marketing Vol.1 ISSN: 2, 149-164*.
- Bonne, K. (2002). *Pengantar Bisnis Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Buchari Alma, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta..
- Chosnul Muali, K. N. (2019). Pemasaran Syariah Berbantuan Media sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 172.
- Dr. Ika Yunia Fauzia, L. M. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Fajarina, D. U. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun @subur_batik). *Jurnal Sekretari dan Manajemen Volume @ No. 2, 15*.
- Fanani, N. A. (2017). *Pemasaran Syariah Teori' Filosofi & Isu-isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Griffin, E. &. (2014). *Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemasaran Strategi Bisnis & Kewirausahaan* . Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hotler, A. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi VIII*. Jakarta: Erlangga.
- Husni Muharram Ritonga, B. M. (2018). *Manajemen Pemasaran: KOnsep dan Strategi*. Medan: CV. Manhaji.
- Jusmailani. (2012). *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid @*. Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajem*

- en pemasaran jilid 1 / Philip Kotler ; alih bahasa Hendra Teguh, Ronny A. Rusli. Benjamin Molan, edisi milenium jilid 1. Jakarta: Indeks.*
- Madnasir. (2007). *Pengantar Bisnis dan Manajemen (Dalam membangun Bisnis Ynag Islami)*. Bandar LAMPUNG: Fakultas Syariah IAIN Raden Intan.
- Mardani. (2017). *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. Jaya Grafindo Persada.
- Morissan, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurul Huda, K. H. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Of Islamic Studies*, 83.
- Purwanto, D. (2006). *Komunikasi Bisnis* . Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, D. (2016). *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online*. Yogyakarta.
- Ramadhan, F. H. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram akun @mr.creampuff Sebagai Promosi dalam Mneingkatkan penjualan. *Fadli Harisa Ramadhan*, 7.
- Sari, N. (2012). Manajemen Marketing (PEmasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam. *Fakultas Syariah IAIN Ar-Ranily Darussalam, Bamda Aceh*, 202.
- Salim dan Syahrums. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi. (2005). *Metode Penelitian EkonoI dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Ulf, M. (2018). Efektivitas Instagram dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5.

Umar, H. (2001). *Strategic Managemen In Action: Konsep ateori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Utami, O. F. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.

Zam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Berbasis Keberkahan*. Yogyakarta: CV. BUdi Utama.