

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta
- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Durianto, D., & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Equitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fatoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Rineka Cipta.
- Gunawan, A. C. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan.
- Kasali, R. (2000). *Manajemen Public Relation Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Temprint.
- Keraf, S. (1998). *Etika Bisnis - Tuntutan Dan Relevansinya*. Pustaka Filsafat.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Salemba Empat.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran Perusahaan*. Salemba Empat.
- Rambat, L., & Hamdani, A. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Soemitra, A., Kusmilawaty, & Rahma, T. I. F. (2022). *Bisnis Souvenir, Pariwisata Dan Perekonomian Daerah Di Indonesia*. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera.

Winartha, I. M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. CV. Andi Offset.

Yunus, E. (2010). *Manajemen Strategi*. Penerbit Andi.

## **B. Jurnal**

Aimana, M. T., & Fahrullah, A. (2022). *Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Giveaway Bersyarat Dalam Akun Instagram @Giveaway.yoi*. Volume 5 No 1.

Astuti, A. R. T. (2019). *Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam : Kajian Teoritis*. IAIN Parepare, Volume 1, No 2.

Gunawan, F. O. (2017). *Analisa Proses Inovasi Usaha Souvenir Pada CV Max & Co*. Vol.5(Manajemen).

Hardilawati, W. L., Binangkit, I. D., & Riky, P. (2019). *Endorsment : Media Pemasaran Masa Kini*. Universitas Muhamadiyah Riau.

Hartini, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). *Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Volume 5 No 1(Jurnal Ekonomi dan Bisnis).

Lee, R., & Evyanto, W. (2022). *Pengaruh Harga, Iklan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Pada PT.Jumbo Power Internasional Batam* (Jurnal Ekonomi dan Bisnis). Universitas Putera Batam.

Sarifudin, A. (2023). *Metode Kolaborasi dalam Supervisi Pendidikan Berbasis Al-quran*. Vol 12 no 02.

Shobirin. (2015). *Jual Beli Dalam Pandangan Islam*. Vol.3 No.2.

## **C. Skripsi**

Farahdinna, P. N. (2022). *Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. UIN Ar-raniry.

#### **D. Website**

- Anas, E. (2017). *Kupas Tuntas Apa Itu Posting dan Postingan*. Blogernas. blogernas.com
- Jazil, T., & Hendrasto, N. (2021). *Prinsip dan Etika Bisnis Syariah. Dalam Modul UMKM Industri Halal*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. kneks.go.id
- Muslim, M. N. I. (2021). *Kriteria Iklan Yang Syari*. Muslim.or.id. <https://muslim.or.id/20313-kriteria-iklan-yang-syari.html>
- Nuryanto, H. (2021). *Watermark : Pengertian, Fungsi, Jenis, Kelebihan, dan Kekurangannya*. Gramedia Blog. gramedia.com
- Pusat Edukasi Penjual - Shopee. (2023). *Pentingnya Fitur Naikkan Produk* [Shopee Seller Center]. seller.shopee.co.id
- Rizaty, M. A. (2024). *Data Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024*. Data Indonesia. dataindonesia.id
- Yuliani, A. (2023). *Kemenkop UKM : 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. Kominfo. kominfo.go.id