

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: CV. Syakir Media Press.
- Ariyanto, A., & dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Arkhiansyah, M. T. B. (2021). *Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Ayesha, I., & dkk. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Baihaqi, A. (2020). *Implementasi Digital Marketing Pada UD Primadona Jember*, Skripsi, (Universitas Jember).
- Dalle, J. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fauzi, A., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Febrianto, H. G. (2008). *Strategi Pemasaran Pada Mini Market Ahad Dalam Peningkatan Volume Penjualan*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1 No. 1, 62-76.
- Fiantika, F. R., & dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Tangah Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 10 No. 1, 9-14.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Deepublish.

- Haque-Fawzi, M. G., & dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Harahap, I., & dkk. (2015). *Hadist-Hadist Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia.
- Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayah, N. (2018). *Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store*, Skripsi, (Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia).
- Husna, N. (2022). *Peran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Imawan, H. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Syari'ah Dalam Penjualan Produk Bersaing Di Toko Saudi Store Batoh*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Junaedi, I. W., & dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0*. Purbalingga: CV. Eurika Media Aksara.
- Khoiron, A. M., & Kusumastuti, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Kotler, P., & dkk. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2018). *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. Ponorogo: Unida.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mubasit. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandar Lampung: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Musnaini, & dkk. (2020). *Digital Marketing*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Nasuha, M. (2006). *Islamic Marketing*. Lingkar Media.

- Nasyrullah, S. R. (2021). *Implementasi Digital Marketing Aplikasi Bangbeli Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Pada UMKM*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru).
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: E.F Press Digimedia.
- Novitasari, S. (2016). *Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Laba (Studi Kasus Di Toko Fizaria Busana Muslim Jepara)*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nuha, H. U. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Produk Pada Toko Cinta Bunda BabyShop Tulungagung*, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).
- Penyusun, T. (2018). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Probolinggo: Universitas Nurul Jadid.
- Puddin, K., & dkk. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*. Medan: Economic & Business Publishing Universitas Negeri Medan.
- Putra, P., & AN, W. H. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Putri, L. A. (2021). *Implementasi Digital Marketing Pada Lia Souvenir Jogja*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Rachmad, E. Y., & dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga: CV. Eurika Media Aksara.
- Rahman, F., & Kunaifi, A. (2022). *Manajemen Pemasaran Syariah Konsep Dasar, E-Marketing dan Strategi*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Riyanto, S., & dkk. (2021). *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Yogyakarta: CV. Bintang Surya Madani.
- Rusby, Z. (2017). *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV. Sah Media.

- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Sanjaya, R. S. (2017). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada Laz Nurul Hayat Medan*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Sari, D. K. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Sugiono, D., & dkk. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Suspahariati, & dkk. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Omesh_Id Ditengah Covid-19. *Jurnal Ekonomika*45, Vol 19 No. 2.
- Syarifuddin, & dkk. (2021). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Tyas, S. A. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Pendekatan Religius Pada Seblak Abah Jember*, Skripsi, (Institut Agama Islam Negeri Jember).
- Wati, A. P., & dkk. (2020). *Digital Marketing*. Malang: PT. Literindo Berkah Karya.
- Wijaya, D. (2020). *Marketplace Pedia*. Yogyakarta: Laksana.
- Winarno, M. (2013). *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press.
- Yulianti, F., & dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Zaki, K. (2020). *Manajemen Syariah Viral Marketing Dalam Perspektif Pemasaran Syariah*. Purwokerto: CV. Amerta Media.

Rujukan Lain:

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, diakses pada tanggal 11 Juni 2023. [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia \(apjii.or.id\)](http://apjii.or.id)
- Data (tren) Hootsuite (We Are Social), DataIndonesia.id, Diakses pada tanggal 4 Juli 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/whatsapp-masih-menjadi-media-sosial-terfavorit-di-indonesia>

Kemenag, Direktorat Pendidikan Agama Islam, diakses pada tanggal 19 Juni 2023. <https://pendis.kemenag.go.id/pai/berita-182-kejujuran-adalah-kunci-kesuksesan.html>

Katadata Media Network,
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>, diakses pada tanggal 18 Juli 2023.

Pintu Blog/Ekonomi, diakses pada tanggal 4 Juli 2023. [Perbedaan E-commerce dan Marketplace: Mana yang Lebih Baik Untuk Strategi Bisnis Online - Pintu Blog](#).

Abdul Muis, (Konsumen), *wawancara*, 25 Juli 2023.

Abd. Halim, (Konsumen), *wawancara*, 25 Juli 2023.

Khuzairi Mun'im (Konsumen), *wawancara* 25 Juli 2023.

Muhammad Hasan, (Konsumen), *wawancara*, 25 Juli 2023

Nur Kholis, (Konsumen), *wawancara*, 25 Juli 2023.

Syaiful Anam, M.E (Direktur BUMPES Pp. Nurul Jadid), *Wawancara*, 20 Juni 2023.

