

DAFTAR PUSTAKA

- Asmin, Erny Amriani, " *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* ", Bandung, (Media Sains Indonesia 2021)
- Abdul Rauf, Sardjana, Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah, Farah Diba, " *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* ", (Penerbit Insania, 5 Juli 2021)
- Andi Gunawan Chakti, " *The Book Of Digital Marketing* ", (Celebes Media Perkasa, Tahun 2019)
- Aisya, Pemilik toko pakaian, Toko Aisya, Wawancara, Pada tanggal 2 Oktober 2023
- Anang Firmansyah, *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media, 2019)
- Dadang Munandar, " *Digital Marketing* " ,(Cipta Media Nusantara, Tahun 2022)
- Dian Asmi Fadilah, Tami Pratiwi, " *Starategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing* ", Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 22. No. 1. Maret 2021,1,<https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>
- Desy Dwi Sulastriya Ningsih, " *Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo.* " jurnal ilmiah ekonomi islam 6, no. 03 (2020)
- Fadah, Isti, Desva Kansa Vijonta, Septarina Prita Dania, Istatuk Budi Yuswanto, " *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus : Meryva Shop Di Kulonprogo , Yogyakarta) (Marketing Mix Strategy Analysis Based on Sharia Sharia Principles (Case Study : Meryva Shop in Kulonprogo , Yogyakarta))* ." E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi vol. 9, no. 1 (2022)
- Felly, Pemilik toko pakaian, Toko Ibu Felly, Wawancara, Pada tanggal 1 Oktober 2023
- Hesty Nurul Utami and Iqbal Fauzi Akbar Firdaus, " *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis.* " Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis vol. 2, no. 1 (2018): <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Hendra Cipta, " *Pengaruh Penjualan Online Terhadap Omzet Penjualan.* " Jurnal Magenta vol. 11, no. 1 (2022)
- Hasnawati, Pemilik toko pakaian, toko ibu Hasnawati, Wawancara, Pada tanggal 28 September 2023

- Lephen purwanto, “*Strategi pemasaran (Atraksi Wisata Teater Tradisi:Teori Metode & Penerapan)*”, (Penerbit Adat february 2023)
- Laksana F, *Praktis memahami Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Khalifah Mediatama, 2019)
- Ruslianor Maika Desy Dwi Sulastriya Ningsih, “*Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo,*” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 03 (2020)
- Marta Juandi, “*Strategi pemasaran digital melalui social media dalam meningkatkan penjualan usaha buket di kelurahan tuah karya menurut ekonomi syariah*”, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Tahun 2021
- Muhammad Erfan et al., “*YUME : Journal of Management Pengaruh Pemasaran Online Dan Etika Pemasaran Islam Terhadap Keputusan Pembelian,*” *YUME: Journal of Management* 5, no. 2 (2022): 401–16, <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.472.h.413>
- Muhammad Nasib Ar-Rifa’I, “*Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*”, (Jakarta, Penerbit Maktabah Ma’arif, Riyadh, 2012)
- Mubasit, *Manajemen Pemasaran*, (Bandar Lampung, 2012)
- Marissa Grace Haque-Fawzi dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan : Pascal Books, 2021)
- Nuryana Khoirotul Faizah, “*Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online Dan Offline Di Toko Bibishop Grosir Nganjuk (Studi Komparasi)*”, (Universitas Nusantara PGRI Kediri, Tahun 2018),
- Nurdin Batjo, “*Penerapana Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian.,*” *Dinamis-Journal Of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018)
- Ogn Ardhe Saliem, “*Analisis Pengaruh Digital Maerketing Dan Labelisasi Halal Produk Terhadap Kepuasan Pembeli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” (Studi Pada Konsumen Muslim Pada Fast Food di Indonesia), (Disertasi, UIN Raden Intan, 2020)
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, and Syarifah Gustiawati. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian.*” *Journal of Islamic Economics and Banking* 2 (2020). <https://doi.org/10.31000/almaal.vli2.1847>.

- Roni Mohamad, Endang Rahim. “*STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH.*” *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo* 2 (2021)
- Sunday Ade Sitorus, Antonius Philippus Kurniawan, Maria Apsari Sugiat, “*Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach*”, (Media Sains Indonesia, 15 Juni 2022)
- Sri Imelda and Marijati Sangen, “*Pengaruh Keputusan Bauran Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Nomor Perdana Telkom Flexi Di Kota Banjarmasin.*” *Jurnal Wawasan Manajemen* 1, no. 2 (2016)
- Sari Endah Nursyamsi dkk.” *Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion dalam Meningkatkan Costumer Engagement Melalui Media Sosial Instagram*”, *Jurnal Ilmu Komunikasi* vol 27 no. 2. Agustus 2022, <https://jurnal.upi-yai.ac.id/indeks.php/IKON/articel/vew/01901>
- Sedarmayanti, *Manajemn Strategi*, 1 (Bandung: Refika Aditama, 2014)
- Tri Rachmadi, “*The Power Of Digital Marketing*” , (Tiga Ebook 21 Juli 2020),
- Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, Jouke J Lasut, “*Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombstu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara*”, *Jurnal Ilmiah Society*, Vol. 2 No. 1. 2022
- Sunday Ade Sitorus, Antonius Philippus Kurniawan, Maria Apsari Sugiat, “*Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach*”, (Media Sains Indonesia, 15 Juni 2022)
- Uma Sakara, Roger Bougie, “*Metode Penelitian Untuk Bisnis*”, Edisi 6 Buku 1, (Jakarta Selatan, Penerbit Selemba Empat ,2017),
- Uma Sakara, Roger Bougie, “*Metode Penelitian Untuk Bisnis*”, Edisi 6 Buku 2, (Jakarta Selatan, Penerbit Selemba Empat ,2017),
- Zuchri Abdussamad, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Edited by M.Si Dr. Patta Rapanna, S.E. Desember 2021. 1st ed. Syakir Media press, 2021