

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2018.
- Cannon, Joseph P. dkk. 2009. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat. Ed. 16.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan*. Jakarta: DirJen Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informasi.
- Fathul Khoiri, Achmad dan Rety Palupi, Oktober 2019, “Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal”, *Jurnal Syntax Idea*, Vol. 1, No. 6. Diakses melalui <https://jurnal.syntax-idea.co.id> pada desember 2020.
- Hasaruddin. 2018. “Pengaruh Bauran Promosi (Periklanan, Publisitas, Komunikasi Mulut-Kemulut, Dan Promosi Penjualan) Terhadap Volume Penjualan Di Perusahaan Amplang “SALBIAH ABUK” Kumai Pangkalan Bun”. *Magenta*. Volume 6. Nomor 2.
- Hidayatullah, Syarief. 2020. “Memahami Jenis-Jenis Media Sosial”. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-artikels/memahami-jenis-jenis-media-sosial>, diakses pada 30 Januari 2021, pukul 10.19 WIB.
- Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020. Diakses melalui <https://andi.link/download/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2020/> pada Oktober 2020.
- Huda, Nurul dkk. 2017. *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.
- Littlejohn, Steven W. dan Karen A.Foss. 2009. *Theories of Human Communication* (terj. Mohammad Yusuf Hamdan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhamad. 2018. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Nabila, Dhifa dkk. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Intrus Publishing Group.

- Nafis, Ahmad Ghifary Rizalun. "*Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Produk Jilbab Afra*". 2017. (Skripsi Dipublikasi). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang. Diakses pada 4 Maret 2021 melalui <http://core.ac.uk/reader/159628480>
- Nurgayatri, Ade Raisha. "*Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira*". Desember 2016. e-Proceeding of Management : Volume 3, No. 3. Diakses melalui <http://telkomuniversity.ac.id>
- Nuriski, Wahyu Nita Kurrotaa'yun. "*Implementasi Online Promotion Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Behijab Tulungagung*". 2018. (Skripsi Dipublikasi). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah. Surabaya. Diakses melalui <http://digilib.uinsby.ac.id> pada 4 Maret 2021.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. "*Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*". Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Volume 12, No. 2, <https://jurnal.untirta.ac.id> diakses pada 20 Desember 2020, pukul 10.10.
- Puspitasari, Fani dan Henni Gusfa, "*Strategi Promosi Online Shop Melalui Sosial Media Dalam Membangun Brand Engagement*", Jurnal ilmiah ilmu komunikasi 7 (2) 2017. Diakses pada 4 Maret 2021 melalui <http://digilib.merubuana.ac.id>
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Ahmad. 2016. "*Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi*" Cakrawala-Jurnal Humaniora. Volume 16. Nomor 2.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sumarni, Murti dan John Suprihanto. 2014. *Pegantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty.
- Sumartono, Pratama. M.K, (2020). "*Pemanfaatan Media Publikasi Dalam Membangun Citra Daya Mart*". PRoMEDIA. Volume 6 (2) diakses pada 4 Maret 2021 melalui <http://journal.uta45jakarta.ac.id>
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Yoyakarta: Deepublish.

- Syehk, Sayid. 2013. *Sekilas Pengantar Ilmu Ekonomi dan Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Referensi.
- Tisnawati Sule, Ernie. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung:Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandi. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. Ed. 4.
- Wicaksono, Kuspuji Catur Bagus. Mei 2013. “*Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan*”. *Binus Business Review*. Vol. 4. No. 1.
- Widoyono dan Mukhaer Pakkanna. 2011. *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global..* Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- www.facebook.com, diakses pada 1 Desember 2020 pukul 19.48 WIB.
- [www.instagram.com, @sukahijabku](https://www.instagram.com/sukahijabku), diakses pada 30 November 2020 pukul 13.55 WIB.
- Yusuf Saleh, Muhammad dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Zaharuddin, Harmaizar. 2006. *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi: Dian Anugerah Prakasa.