

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, F. *Strategi Menurut Para Ahli*. Bandung: Angkasa. (1984)
- Agama, K. *Al-Qur'an Terjemah Kemenag*. Jakarta: Kementerian Agama. (2019)
- Alma, B. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta. (2003).
- Alma, B. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. (2014).
- Amalia, E. *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. (2009).
- Arifin, J. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press. (2009).
- Azima, Z. R. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Volume Penjualan*. Tulungagung: UIN SATU Tulungagung. (2021).
- Dewi, E. R. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Marketing Syariah*. Kediri: IAIN Kediri. (2022).
- Farikha, E. A. *Strategi Pemasaran Melalui Instagram Dengan Sistem Endorsment Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. Kediri: IAIN Kediri. (2016).
- Grace, M. *Strategi Pemasaran*. Tangerang: Pascal Books. (2022).
- Hadi, S. Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Ilmu Pendidikan Vol.22 No.1*, 75. (2016).
- Haenlein, M. *Users Of The World, Unite The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons. (2010).
- Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu. (2020).
- Helaludin. *Analisis Data Kualitatif*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. (2019).
- Irawati, R. (n.d.). Pemanfaatan Platfrom E-commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi. *Penelitian Manajemen Terapan Vol.6 No.2*, 117-118.
- Lesmana, G. N. (n.d.). *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lexy, M. J. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Raja Rosdakarya. (2008).
- Madnasir. *Pengantar Bisnis dan Manajemen*. Bandar Lampung: Fakultas Syariah IAIN Raden Intan. (2007).

- Mahmudah, S. N. *Strategi Pemasaran Opak Gambir Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. Kediri: IAIN Kediri. (2014).
- Menita, H. A. Pemikiran Abdul Manan Tentang Ekonomi Islam. *Al-Intaj Vol.3 No.1*, 216-217. (2017).
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. (2004).
- Nasional, D. P. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. (2008).
- Nasuha, M. (n.d.). *Islamic Marketing*. Surakarta: Lingkar Media.
- Ningsih, A. S. *Peran Strategi Pemasaran Nobby Hijab Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen*. Kediri: IAIN Kediri. (2019).
- Nugrahani, F. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Univetbantara. (2014).
- Nursapiah. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing. (2020).
- Pahlevi. *Pengertian Marketplace dan Jenis-Jenis Marketplace*. Jakarta. (2020).
- Putri, B. R. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana. (2017).
- Raco. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo. (2010).
- Rezha, M. F. *Penerapan Sistem Promotion Mix Pada Penjualan Sarapan Pagi Ketupat Gulat Pakih*. Batam: UIB Repository. (2019).
- RI, T. P. *Paduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat. (2014).
- Saleh, M. Y. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media. (2019).
- Satriadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru. (2021).
- Shinta, A. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press. (2011).
- Sitorus, O. F. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA. (2017).
- Siyoto, S. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. (2015).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (2008).
- Yepriana, N. *Teori Pastry dan Bakery*. Jakarta: Scribd. (2022).
- Zainurossalamia, S. *Manajemen Pemasaran*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja. (2020).
- Zen, A. *Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah*. Yogyakarta: Diva Press. (2011).