

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Yusuf. “Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi Dan Tujuan”. *deepublish*, <https://penerbitbukudeepublish.com/materi/manajemen-pemasaran/>, 21 Oktober 2021, Diakses tanggal 1 sept 2022.
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2004.
- Arif (al), Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Amrin. *Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo, 2011.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta, 2010.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Chaffey D, C. F. *Internet Marketing: Strateg,Implementation, and Practice*. United States: PrenticeHall, 2009.
- Chaffey, D; Smith, PR. *E-marketing : Excellence*. UK: ButterworthHeinemann, 2008.
- Cowley, Michelle B. “Show how PR Smith’s SOSTAC planning model could be used as the basis for drawing up digital marketing plans”. ([https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2834279](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2834279)) diakses 20 mei 2022
- Creswell, John W. *Research Desaign Pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Denzin, Lincoln. *The SAGE handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.
- Dharmesta, B. S, dan T. H. Handoko. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama Cetakan Keempat*. Yogyakarta: BPFE, 2008.
- Hanoatubu. 2020. “DampakCovid – 19 terhadapPrekonomian Indonesia”, *Journal of Education, Psychology and Counseling*, Vol 2(1): 146-153
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Huda, Nurul. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana, 2017.
- Ilham, Prisgunanto. *Komunikasi pemasaraan*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2006.

- Kasali, Rhenald. *Modul Kewirausahaan Intuk Program Strata1*. Jakarta:PT.Mizan Publika, 2010.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1 edisi ke-6*. Jakarta: Erlangga, 1999.
- Mandasari, D.J; Widodo dan J; Djaja,S. "Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2019.
- Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mubarok, Nurul. "Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista", *IEconomic*, Vol. 3 No. 1 (2017).
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta:Ekonisia, 2004.
- Muliawan, Jasa Ungguh. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Gava Media, 2014..
- Nasuka, Moh. "Etika Pemasaran berbasis Islam", *Mukaddimah*,Vol, 17 No. 1 (2011).
- Oun, Musab A. "Qualitative Research Method Summary", *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, Vol. 1 (2014): 5.
- Paujiah, Rika; Kosim, Ahmad Mulyadi; Gustiawan, Syarifah. "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian", *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2 No. 1 (2020).
- Prasetyo, Ghassani Shabrina, dkk. "Strategi Komunikasi Pemasaran Darmaheswara Wedding Organizer Melalui Instagram Dalam Analisis Sostac Di Masa Pandemi Covid-19", *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 9 (2022): 1177-1183.
- Prisgunanto, Ilham. *Komunikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2006.
- Riyanto, Andi Dwi. (2022). "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022". (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>), diakses tanggal 3 September 2022
- Sabbaghi, Asghar. "SWOT Analysis and Theory of Constraint in Information Technology Projects". *Information Systems Education Journal vol 2* (2004).
- Saragih, J. T. dan Suryadi, E. "Strategi bersaing PT. PGN (Persero) Tbk. SBU

- Distribusi Wilayah 1”. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 8 No 2 (2014): 109-120
- Schwarzl, S dan Grabowska, M. “Online marketing strategies: The future is here”. *Journal of International Studies*, vol 8 (2015).
- Sudaryo, Yoyo. *Digital marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: Andi, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Swasta, Basu; Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti, 1997.
- Tjiptono dan Chandra, G. *Pemasaran Strategik Edisi Kedua*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Ulyah, Nadrotul. *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada pt. Bhirawa steel*. Surabaya: Pascasarjana STIE Perbanas, 2016.
- Wiagustini, N. L. P., dan Pertamawati, N. P. “Pengaruh risiko bisnis dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal dan nilai perusahaan pada perusahaan farmasi di bursa efek Indonesia”. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 9 No. 2 (2015): 112-122
- Wikipedia. “Pengamatan”. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Pengamatan>), diakses pada tanggal 10 September 2022.