

DAFTAR PUSTAKA

- Aravik, Havis, *Ekonomi Islam Konsep, Teori dan Aplikasinya serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam*, Malang : Empatdua, 2016.
- Dwi Riyanto, Andi “Hootsuite (We are Social)”, *Andi.Link*, <http://www.andi.link.com>, diakses pada tanggal 31 Maret 2022.
- Purnama, Fransisca dan Rico Huang, “*Jago Jualan Di Instagram*”, Jakarta, Alona Indonesia Raya, 2018.
- Stephanie, Conney, “10 Fitur Baru Instagram di 2022 dan Cara Pemakainnya”, *Teach By Kompas*, <http://www.kompastekno.com>, 30 Desember 2021, Diakses tanggal 31 Maret 2022.
- Sasminto, Aris, “*Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan di Cafe Yumilk Kediri*”, Skripsi : Syariah STAIN Kediri 2016.
- Rizky Nuraini, Rika, “*Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan di Ngaropi Cafe Kampung Inggris Pre Kabupaten Kediri*”, Skripsi : Syariah STAIN Kediri 2016.
- Ela Alvianita, Farikha, “*Strategi Pemasaran Melalui Instagram Dengan Sistem Endorsement Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Online Shop Maryam Project*”, Skripsi : Syariah STAIN Kediri 2016.
- Aly Ahmad, Ridhlo, “*Strategi Promosi Pemasaran San’s Coklat Kediri Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan*”, Skripsi : Syariah STAIN Kediri 2016.
- Arvanitha, Siti, “*Mahasiswa Univertas Muhammadiyah Makassar, dengan judul penelitian skripsi Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar (Studi Kasus Usaha Yang Terdaftar Pada Go Food)*”, Skripsi : Fakultas dan Bisnis (UMM), 2019.
- Hurriyati, Ratih, “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Silvia, Nila, “*Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune (Studi Kasus Minimarket Mekar Wangi Ds. Gandu, Mlarak, Ponorogo)*”, Skripsi: Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, 2022.
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah (Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer)*, Depok: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Adisupartro, *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran* , Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nurlita, Rizqi, “*Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Mata Kuliah Kewirausahaan*”. Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 11 Mei 2018.
- Camilia Salsabilla, Shovia, “*Analisis Media Promosi Instagram terhadap Omzet Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Skripsi, Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021.
- Aedy, Hasan, “*Etika Bisnis Islam Teori dan Aplikasinya*”, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ebbert dan Griffin, “*Pengantar Bisnis Edisi Kesepuluh*”, Erlangga: Jakarta, 2014.

- Karim, Djamalludin dkk, "Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan (Study Kasus pada PT. Manado Sejati Perkasa Group), *Jurnal IEMBA*, 2 Maret, 2014.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Umar, Husain, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Saefudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Tatang M, Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995.
- Muhajir, Noer, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarikin, 1996.
- Dzikry, "Kelebihan dan Kekurangan Instagram", Mas Dzikry <http://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram/amp/>, Diakses pada tanggal 21 Juli 2022.
- Brain Academy Online, "Mengenal Tiktok serta Kelebihan dan Kekurangannya", <http://wayah-e.blogspot.com/mengenal-tiktok-serta-mengenal-kelebihan-serta-kekurangannya/>, diakses pada tanggal 21 Juli 2022.
- Riswan Suandi, "Kelebihan dan Kekurangan Shopee", droidly <http://droidly.co/kelebihan-dan-kekurangan-shopee/>, diakses pada tanggal 21 Juli 2022.