

## DAFTAR PUSTAKA

- Cokorda Gde Wahirayasa dan A.A. Gd. Ag. Artha Kusuma. 2018. “*Peran E-Marketing Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis*”. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7 No. 6.
- Buana, Tri dan Dwi Maharani. 2020. “*Penggunaan Aplikasi Tiktok (Versi Terbaru Dan Kreativitas Anak)*”, Jurnal Inovasi VOL. 14 NO. 1.
- Iman. 2016. “*Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk International (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia)*”, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 24 No. 1.
- Moriansyah, La. 2015. “*Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences*”, Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 19 No. 3.
- Riska, Marini. 2019. “*Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah*”, Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Raden Intan Lampung.
- Sulistyowati. 2017. “*Rancang Bangun dan Nilai Dasar Universal Ekonomi Islam*”, Jurnal Istithmar, Vol. 1 No. 2.
- Hamim, Muh. 2019. “*Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan di Café Yumilk Kediri*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri.
- Khamariya, Desi. 2019. “*Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor di Perawang Menurut Prespektif Ekonomi Syariah*”, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Asmaradewi, Yohana. 2019. “*Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Café Mas Bro*”, Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang.
- F, Muhammaf Egi. 2021. “*Peran Media Sosial Internet Dalam Meningkatkan Penjualan Roster Minimalis (Studi Kasus pada Usaha Dagang Sinegi Bangun Indah Perkasa Desa Gembongan Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar)*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung.
- Nurahmah Latief. 2019. “*Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada DP Store Makassar*”, Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.
- APPJI. 2020. “*Laporan Survei Internet APPJI 2019-2022 (Q2)*”, Jakarta: Indonesia Survei Center.
- APPJI. 2022. “*Profil Internet Indonesia 2022*”, Jakarta: SRA Consulting.

- Machfoedz, Mahfud. 2005. “ *Pengantar Pemasaran Modern*”, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. “*Manajemen Pemasaran Modern*”, Yogyakarta: Liberty.
- Henderi, Muhammad Yusuf, Yuliana Isma Graha. 2007. “*Pengertian Media Sosial*”. Jakarta: Kecana
- Adisaputro. 2010. “ *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*”, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hermawan, Agus. 2021. “ *Komunikasi Pemasaran*”, Jakarta: Erlangga, 2021.
- Sofyan. 2013. “*Metodologi Penelitian Hukum Islam*”, Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Anggito, Albi dan Jolhan Setiawan. 2018. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Sukabumi: CV. Jejak.
- Ghony, M. Djunaidi & Fauzan Almanshur. 2021. “*Metode Penelitian Kualitatif*”, Malang: UIN Maliki Press.
- Helaludin, Hengki Wijaya. 2019. “*Analisis Data Kualitatif*”, Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- J. Moleong, Lexy. 2007 . “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung: Rosdakarya.
- Ulber Silalahi. 2012. “*Metode Penelitian Sosial*”, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Pinto Setya dkk. 2020. “*Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan Penelitian dalam Tindakan*”, Malang: Universitas Negeri Malang.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2003. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”, Jakarta: Airlangga.
- Sula, Muhammad Syakir. 2007. “*Amanah bagi Bangsa: Konsep dan Sistem Ekonomi Syariah*”, Jakarta: Masyarakat Ekonomi Syariah.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. “*Syariah Marketing*”, Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Al Arif, Nur Rianto. 2010. “*Dasar-Dasar Pemasaran bank Syariah*”, Bandung: Alfabeta.
- Kementrian Agama RI. 2014. “*Al-Qur'an dan Terjemahan*”, Bandung: CV. Mikraj Khazanah Ilmu.
- Husein, Umar. 2002. “*Metode Riset Bisnis*”, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Chandra, Fabian. 2021. “*Social Media Marketing*”, Yogyakarta: DIVA Press

- Philip Kotler dan Gary Amstronng. 2003. "*Dasar-dasar Pemasaran*". Edisi Kesembilan Jilid 1. Dialihbahasakan Oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula. 2006. "*Syariah Marketing*", Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Robbins dan Judge. 2015. "*Perilaku Organisasi*", Jakrta: Salemba Empat.
- Soekanto, Soejono. 2012. "*Sosiologi Suatu Pengantar*", Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Puntoadi, Danin. 2011. "*Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*", Jakarya: (ID) PT Elex Komputindo.
- M Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur. 2014. "*Metode Penelitian Kualitatif*", Yogyakarta: Media.
- Prastowo, Andi. 2012. "*Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*", Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Andari, Karina Widya. 2019. "Peran Strategi *Marketing 4.0* dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk", Skripsi, IAIN Kediri, Kediri.
- Puspita, Meri. *Tiktok Adalah, Asal, Manfaat, Efek Negatifnya*, <https://pojoksosmed.com/tiktok/tik-tok-adalah/> (Diakses pada tanggal 04 Februari pukul 13.00 WIB).
- TipsAndroid.ID, *Apa Fungsi dan Kegunaan Aplikasi Tiktok di Android*, <http://tipsandroid.id/apa-fungsi-dan-kegunaan-aplikasi-tiktok-di-android/>, (Diakses pada tanggal 04 Feruari pukul 13.30 WIB).
- Adventior, *5 Strategi untuk Menaikkan Penjualan Melalui Tiktok*, <https://amp.kompas.com/biz/read/2021/08/25/174914628/5-strategi-untuk-menaikkan-penjualan-melalui-tiktok> (Diakses pada tanggal -3 Februari 2022 pukul 22.00 WIB).
- Stephanie, Chonney. *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Terungkap*, <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all> (Diakses pada tanggal 03 Februari 2022 pukul 22.20 WIB)