

## DAFTAR RUJUKAN

### 1. Buku

Anggito, Albi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.

Buna'i. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Pamekasan: STAIN Press, 2006.

Huda, Nurul. *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana, 2017.

Latifah, Eny. *Pengantar Bisnis Islam*. Jawa Tengah: CV Sarnu Untung, 2020.

Mamik. *Metodologi Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.

Meleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.

Muchlis. *Pengantar Ekonomi Islam*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.

Saleh, Muhammad Yusuf. dan Miah Said. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media, 2019.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.

Sudaryono. *Pengantar Bisnis Teori & Contoh Kasus*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.

Suwendra, Wayan. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Nilacakra, 2018.

Warnadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2019.

Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2014.

Zamzam, Fakhri. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018

Zamzam, Fakhry. *Etika Bisnis Islam Berbasis Keberkahan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020

## 2. Jurnal

Augustinah, Fedianty. September 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkon Di Kabupaten Sampang”, *Jurnal Dialektika* Vol. 4 No. 2.

Chandra, Rini. November 2015. “Peranan Strategi Promosi dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Perhotelan”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol. 4 No. 2.

Cholifah, Ita Nor. Maret 2014. “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah”, *Journal Of Islamic Studies*, Volume 4 No. 1.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor: 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial

Habiburrahman, Juli 2017. “Strategi Promosi Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi*, Volume XXII No. 2.

Putri, Rami Syah. Oktober, 2015. “Pengaruh Promosi Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru”, *Jurnal Valuta* Vol. 1 No. 2.

Ulum, Misbahul. Maret, 2020. “Prinsip-prinsip Jual Beli *Online* dalam Islam Dan Penerapannya Pada *E-Commerce* Islam Di Indonesia” *Jurnal Dinamika Ekonomi*, Vol. 17 No. 1.

Walangitan, Olivia. "Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada PT. Columbia Kotabagu".

### 3. Skripsi

Aminah, Siti . 2018. "*Tinjauan Islam Terhadap Konsep Dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi Di Makassar*" Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Fajariyah, Lilis Wahidatul. 2018. "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Box Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Khamaria, Desi. 2019. "*Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Islam*", Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.

Sa'adah, Isna Khayanatus. 2019. *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah di PT. Pradana Tour & Travel Cabang Gresik*", Fakultas Komunikasi Dan Dakwah, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Wahyuni H. 2019. "*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*", Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.