

DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, Wahyu Rizky. Strategi Komunikasi Pemasaran, *Jom Fisip*, Vol. 4, No. 1, 2017.
- Alma, Bukhari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Amri, Adi Ikhsan Syukri. Minat Konsumen Membeli Produk Online Shop, *Jurnal Proksi*, Vol. 2, No. 2, 2019.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Batjo, Nurdin. Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian, *Journal of Islamic Management And Bussines*, Vol. 1, No. 2, 2018.
- Boediman, Eko Putra. Prinsip-Pinsip Islam Dalam Aktifitas Komunikasi Pemasaran di Agen Perjalanan, *Avant Garde*, Vol.4, No.1, 2016.
- Buna'i, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, Pamekasan: STAIN Pamekasan Prees, 2006.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.
- Doembana, Ismawati. *Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*, Yogyakarta: Zahir Publishing, 2017.
- Fathoni, Muhammad Anwar. Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol. 9 No.1, 2018.
- Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah*, Yogyakarta: Bildung, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Prees, 2019.
- Jodi, I Wayan Gede Antok Setiawan. *Manajemen Pemasaran*, Bali: CV. Noah Aletheia, 2020.
- Krismanto, Rino Elda. *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Toffee Pekanbaru dalam Menarik Minat Pelanggan*, Skripsi: Universitas Islam Riau, 2019.
- Kurniawan, Dhika Amalia. *Pengantar Pemasaran Islam*, Ponorogo: Penerbitan Universitas Darussalam Gontor, 2018.
- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen*, Surabaya: Penerbit Mitra Abisatya, 2020.
- Mardiyanto, Doni. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran, *Edunomika*, Vol. 03 No. 01, 2019.
- Margono, S. *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Muhammad, *Metode Penelitian*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.

- Mulitawati, Iga Mauliga. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram, *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol.4 No.1, 2020.
- Panuju, Redi. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.
- Prihatta, Hajar Swara. Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, Vol. 8, No. 1, 2018.
- Puspasari, Novera Annisa. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 1, No. 1, 2021.
- Razak, Mashur. *Perilaku Konsumen*, Makasar: Alauddin University Press, 2016.
- Sahla, Hilmiatus. Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, Vol. 5, No.2, 2019.
- Sari, Meilindy Permata. Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Han Indotama Perkasa Dalam Memperkenalkan Brand Minuman Han Dynastea, *Prologia*, Vol. 3, No. 1, 2019.
- Sari, Saidah Putri. Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen, *Psikoborneo*, Vol 8, No 1, 2020.
- Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013.
- Widyastuti, Sri. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: FEB-UP Press, 2017.
- Zaki, Khozin. *Manajemen Syariah*, Purwokerto: CV. Amerta Media, 2020.