

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Sitanggang, F. A., Alfathoni, M. A., . . . Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Anoraga, P. (1997). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bank BPD Jateng.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Assauri, S. (1987). *MANAJEMEN PEMASARAN Dasar, Konsep, & Strategi*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Butterick, K. (2011). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, Volume 12, Nomor 1.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Dzakfar, M. (2009). *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*. Yogyakarta: PT LKIS Printing Cemerlang.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). EFEKTIFITAS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DITINJAU DARI

PERSPEKTIF BUYING BEHAVIORS. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*.

Fauzia, I. Y. (2018). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: K E N C A N A (Divisi dari PRENAMEDIA Group).

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Firmansyah, M. A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.

Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV YRAMA WIDYA.

Hamid, A., Sumarni, M., & Purwalini, R. (2017). PERAN IKLAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI CABANG KOTA LANGSA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*. Vol. 1, No. 1, 9.

Haming, M., & Nurnajmuddin, M. (2014). *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur*. Jaarta: Bumi Aksara.

Hardani, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group.

Ibrahim. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Jefkins, F. (1995). *Periklanan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Julianty, A. P., & Hermana, C. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Nugget "FIESTA" di Jawa Barat. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)* Vol. 6, No. 1, 62.

Junaedi, I. W., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, . . . Santoso, R. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN (Implementasi*

Strategi Pemasaran di Era Society 5.0). Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.

Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Kasmir. (2006). *KEWIRAUSAHAAN*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Keegan, W. J. (2003). *Manajemen Pemasaran Global (Edisi Keenam)*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.

Kertamukti, R. (2017). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

Kirbrandoko, Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Konsumen*. Bogor: Penerbit IPB Press.

Kotler, & Armstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok GRAMEDIA.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Principles of Marketing 12th Edition (ter. Bob Sabran)*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Principles of Marketing 12th Edition Terj. Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.

Laksana, F. (2008). *MANAJEMEN PEMASARAN (Pendekatan Praktis)*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.

Martini, L. K., & Dewi, L. K. (2021). *PENGARUH MEDIA PROMOSI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*. Denpasar: Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian.

Meiria, E. (2021). *BAURAN PEMASARAN ISLAM BERBASIS NILAI PELANGGAN (Kajian Teoretis dan Aplikasinya Pada Nasabah Bank Syariah)*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Hospitality Vol. 11 No. 1*.
- Nanda, R. D. (2021). *Skripsi: Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Akun Instagram @Mitrahotelpku)*. Pekanbaru: Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan Vol. 1, No. 1*.
- Nasution, N. (2015). *MANAJEMEN MUTU TERPADU (Total Quality Management)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Cakra Book.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 184.
- Nurfebriaraning, S. (2012). *MANAJEMEN PERIKLANAN*. Sleman: 2017.
- Putri, V. E., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Kampung. *Productivity, Vol. 4 No. 1*, 76.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rauf, A., Manullang, S. O., S, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., . . . dkk. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Bandung: Penerbit Insania.

- Reksohadiprodjo, S. (2003). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Ribhi, A. A. (2023). DAMPAK STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP TREN TRANSAKSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL PASCA COVID-19 PADA UMKM DI JEPARA. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3270.
- Riyanto, S. (n.d.). *Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha*.
- Rosana, M. (2023). Etika Bisnis Periklanan Pada Aplikasi Instagram Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *AL-ASHLAH: Jurnal Hukum Keluarga, Volume 2, Nomor 1*, 12.
- Saffira, L., & Rahmawan, G. (2022). Perilaku Penggunaan Tik-Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan SYariah (EKUITAS) Vol 3, No 4.*, 717.
- Sasnita, A., Musyahidah, S., & Nursyamsu, N. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 1 No. 2*.
- Sligit, H., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2005). *Periklanan (Manajemen, Kiat, dan Strategi)*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Suryati, L. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: PENERBIT DEEPUBLISH.
- Sutanto, H., & Umam, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CV. ANDI OFFSET.
- Tungga, A. W., Saputra, K. A., & Vijaya, D. P. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Sukoharjo: CV Pustaka Bengawan.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Wiratmo, M. (2001). *PENGANTAR KEWIRASWASTAAN KERANGKA DASAR MEMASUKI DUNIA BISNIS*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.