

DAFTAR PUSTAKA

- (2022). Dipetik Juni 2022, dari Cara Belanja di Tiktok: <https://www.tagar.id/kembangkan-fitur-ecommerce-ini-cara-belanja-di-tiktok-shop>
- (2022). Dipetik Juni 2022, dari Pengguna Media Sosial di Indonesia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Anggarini, L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Wall Cladding Rt 03 RW 03 Ds. Besole, Kec. Besuki Kab. Tulungagung. *Skripsi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Program Studi Ilmu Komunikasi*. Diambil kembali dari <https://scholar.google.com>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Assauri, S. (1987). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Bayu, C., & Ayu Safitri, L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya Volume 12 Nomor 1*.
- Fitrah, & Lutfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Fitria, T. (2017). Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.03, No.01*.
- Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2020*. (2020). Dipetik Juni 2022, dari <https://andi.link/download/hootsuite-we-are-social-indonesia-digital-report-2020/>
- Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Afabeta.
- Juminem. (2019). Adab Bermedia Sosial dalam Pandangan Islam. *Jurnal Pendidikan Agama Islam, Vol.6, No.1*.

- Kartajaya, H., & Sula, M. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Nabila, D. (2018). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Intras Publishing Group.
- Nuriasari, S. (2018). MEI “Bisnis Online dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah, Vol.02, No.1*.
- Nuriawati. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Pemasaran Dalam Bisnis Syariah. *IZZI: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 1 No. 1*.
- Raco., J. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulan*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Raharja, A. (2021). *Apa Itu TikTok Shop? Ini informasi terlengkap beserta cara optimasi dan penggunaannya!* Dipetik Juni 23, 2022, dari <https://www.ekrut.com/media/tiktok-shop>
- Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh, Fakultas Adab dan Humaniora*. Diambil kembali dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/50376/1/SP19060.pdf>
- Sekar Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi. *Jurnal Common, Vol.3, No.1*.
- Sito, A., & Tamba, H. (2001). *Koperasi teori dan praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumartono, & Pratama. (2019). Pemanfaatan Media Publikasi Dalam Membangun Citra Daya Mart. *PRoMEDIA, Volume 6 (2)*.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Jakarta: CAS (Center Of Academic Publishing Service).
- Syafira, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Online pada Busana Muslim Siva di Sidoarjo. *Skripsi, Universitas Islam Negeri*

*Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi
Manajemen, Surabaya,.*