

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Jamaludin, dkk, Pengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 21, no. 1, 2015. Diakses pada 11 September 2021, <https://scholar.google.com/>.
- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ambarwati, *Metode Penelitian Kualitatif*, Pati: CV Al Qalam Media Lestari, 2022.
- Dessy Andamisari, Penggunaan Status *WhatsApp* Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi di Era New Normal, *Jurnal Lugas*, vol. 5, no.1, 2021. Diakses pada September 2021, <https://scholar.google.com/>.
- Effendi, Usman, Psikologi konsumen, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Hasbi Maulana, dkk, Pengaruh Promosi *Online* melalui Media Sosial Instagram dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Produk Healthy Drink Bogor, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, vol. 2, no. 2, 2021. Diakses pada 11 September 2021, <https://scholar.google.com/>.
- Hermawan, Asep, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Hermawan, Iwan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode*, Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019.
- Indrasari, MMeithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Ita Rahmawati, dkk, *Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*, Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020..
- Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen Pemasaran Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Julian Andriani, dkk, Pengaruh Packaging, Promosi melalui Media Sosial dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, (Studi Kasus Niten Jamu Semarang), *Jurnal Visi Manajemen*, vol. 6, no. 1, 2021. Diakses pada 20 September 2021, <https://scholar.google.com/>.

- Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Lutfiyatun, wawancara oleh penulis dengan pemilik Lutyut Olshop 23 September 2022.
- Majid, Abdul, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Makassar: Aksara Timur, 2017.
- Mamik, *Metodologi Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014.
- Mashudi, Imam, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Medias, Fahmi, *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang: UNNIMA Press, 2018.
- Morissan, *Riset Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Mushaf Standar Indonesia Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, Jakarta: PT. SUARA AGUNG, 2018.
- Nana Triapnita Nainggolan, dkk, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Purnasari, Nurwulan, *Metodologi Penelitian*, Bogor: Guepedia, 2021.
- Ramdhan, Muhammad, *Metode Penelitian*, Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021.
- Rangkuti, Fahmi, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rinnanik, dkk, *Ilmu Manajemen di Era 4.0*, Indramayu: Adab CV. Adanu Abimata, 2021.
- Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Riyanto Setiawan Suharsono dan Rini Purnama Sari, Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo), *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, vol. 1, no. 2, 2019. Diakses pada 11 September 2021, <https://scholar.google.com/>.
- Rukajat, Ajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Rusdiana dan Moch. Irfan, *Sistem Informasi Manajemen*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis*, Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- Sujana, Wayan, *Upacara Nyiramang Layon Di Merajan Pada Pasek Gede Jong Karem Desa Adat Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung*, Bali: Nilacakra, 2019.

- Sulianta, Feri, *Keajaiban Sosial Media*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Syahputro, Eko Nur, *Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial*, Gresik: Caremedia Communication, 2020.
- Thaib, Erwin Jusuf, *Problematika Dakwah di Media Sosial*, Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Umrati dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2020.
- Wiwik Putri Wahyu Ningsi dan Sri Ekowati, Pengaruh Promosi di Media Sosial dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow, *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, vol. 2, no. 1, 2021. Diakses pada 11 September, 2021, <https://scholar.google.com/>.
- Yugi Setyarko, Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online, *Jurnal Informatika dan Manajemen*, vol. 5, no. 2, 2016. Diakses pada 3 Juli 2022, <https://scholar.google.com/>.
- Yuli Rahmawati, dkk, Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Fashion Store Zyshoes.Id Bojonegoro, *Jurnal Pendidikan Edutama*, 2021. diakses pada 12 September 2021, <https://scholar.google.com/>.
- Zainal Abidin Achmad, dkk, Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk Umkm di Kelurahan Sidokumpul Kabupaten Gresik, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 1, 2020. Diakses pada 12 September 2021, <https://scholar.google.com/>.