

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an. Al-Fathir ayat 621. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Iman Jama, 2005.
- Aqualux, *Website Aqualux*, 10 Maret, 2020, www.aqualux.co.id.
- Diamond, Stephanie. *The Visual Marketing Revolution*, terj. Dvi Shifa Intika Sari. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2015.
- Hamzah, Amir. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Literasi Nusantara, 2019.
- Indrawati, Komang Ayu Pradnya. "Efektivitas Iklan melalui Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna oleh-oleh Khas Bali." *Jurnal Analisis Pariwisata* 17, no. 2 (2017): 78.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1999.
- Jamaluddin, Achmad dkk. "Pengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi Bisnis* 21, no. 1 (2015): 1.
- Juahairi, Jaidan. "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan *e-Commerce*." *Jurnal Sistem Informasi* 2, no. 1 (2010): 159.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Laily, Diana. "Pemanfaatan *e-Commerce* Populer untuk Optimalisasi Pemasaran Produk pada KUB Bordir Kurnia Kudus." *Jurnal Simetris* 8, no. 2 (2017): 819-820.
- Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Moelong, Lexy. J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Palma, Marissa Arnindita dkk. "Pengaruh Kualitas Produk, Kemudahan dan Harga terhadap Niat Beli Ulang dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*."

- Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen* 16, no. 1 (2016): 85.
- Putri, P., Gita, S. D., dan Sukarsa, I. "Pengaruh Harga Canang dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Canang di Desa Sanur." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 2, no. 3 (2013): 142-151.
- Raintung, Michael Ch. "Pemasaran Online Produk Unggulan Kota Manado Melalui Media Sosial Online." *Jurnal Emba* 7, no. 4 (2019): 5278.
- Romdonny, Jefry dan Maskarto Lucky Nara Rosmadi. "Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis." *Ikraith Ekonomika* 1, no. 2 (2018): 28.
- Romdonny, Jefry, dan Maskarto Lucky Nara Rosmadi. "Peran Media Sosial dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis." *ikraith Ekonomika* 1, no. 2 (2018): 26.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, 32.
- Siswanto, Tito. "Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah." *jurnal Liquidity* 2, no. 1 (2013): 80-81.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suryani, Ita. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)." *Jurnal Komunikasi* 8, no.2 (2014): 126.
- Susilo, H., Maulana, S. M., dan Riyadi. "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pabrik Kota Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015): 1-9

- Teguh, Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Wahjono, Sentot Imam. *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Anas, Muhammad. wawancara oleh penulis, wawancara informan, transkrip, 17 Maret, 2020.
- Sudiarsono, Didik. wawancara oleh penulis, wawancara informan, transkrip, 17 Maret 2020.
- Taufiq, Moch Chasan. wawancara oleh penulis, wawancara informan , transkrip, 17 Maret 2020.

