

## DAFTAR PUSTAKA

- Nasution, Arman Hakim Nasution dkk. *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*. Yogyakarta : Andi, 2006.
- Madura, Jeff. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Melenium 2*. Jakarta : Prenhanlindo, 2002.
- Royan, Fransiscus Musa. *Double Impact Internet Marketing*. Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2006.
- [Http://techno.okezone.com/read/2017/09/23/368997/55/2015-pengguna-Internet](http://techno.okezone.com/read/2017/09/23/368997/55/2015-pengguna-Internet) (Diakses pada tanggal 13 Maret 2019, waktu : 20.19 WIB)
- Kotler, Philip, Swee Hoon Ang, dkk. *Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia*. Jakarta : Indeks, 2004.
- Wicaksono, Kuspuji Catur. *Mengukur Efektifitas Sosial Media Bagi Perusahaan, Binus Business Review*, Vol. 4, No. 1, Mei 2013.  
([https://www.academia.edu/31557697/MENGUKUR\\_EFEKTIVITAS\\_SOCIAL\\_MEDIA\\_BAGI\\_PERUSAHAAN](https://www.academia.edu/31557697/MENGUKUR_EFEKTIVITAS_SOCIAL_MEDIA_BAGI_PERUSAHAAN) diunduh pada tanggal 13 April 2019)
- [Http://techno.okezone.com/read/2017/09/23/368997/55/2015-pengguna-Internet](http://techno.okezone.com/read/2017/09/23/368997/55/2015-pengguna-Internet), (Diakses pada tanggal 18 Maret 2019, waktu : 13.45 WIB)
- Kautsaria, *Pemasaran Elektronik Aplikasi Jejaring Sosial (Survei Pelaku UKM di Provinsi Jambi dan Bengkulu)*, Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol. 17 No. 2 (Juli-Desember 2013)
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Swasta, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty, 2008.
- Kasmir & Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta:KencanaPrenada Media Group, 2007.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Sumarni, Marni. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.

- M. Fuad, Christin H., Nurlela. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Setawati, Ira dan Agus Alwi Mashuri, *Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online*, Sistem Informatika, STMIK HIMSYA ([www.ejournal.himsya.ac.id/index.php/HIMSYATECH/article/view/69](http://www.ejournal.himsya.ac.id/index.php/HIMSYATECH/article/view/69) diunduh pada tanggal 08 April 2019)
- Febriana, Mega. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twittwe @PekanbaruCo*, Jurusan Ilmu Komunikasi, , Vol. 1, No. 02, Oktober, 2014, 8. (<https://www.e-jurnal.com/2015/08/strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-8.html> diunduh pada tanggal 10 April 2019).
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014.
- Siswanto, Tito. *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*, *Jurnal Liquidity*, Universitas Muhammdiyah, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2013, 83 (<https://id.scribd.com/document/324366334/Optimalisasi-Sosial-Media-sebagai-Media-Pemasaran-Usaha-Kecil-Menengah-pdf> diunduh pada tanggal 10 April 2019)
- Mubarok, Husni. *Jejaring Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemasaran*, Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014, 17-18 .
- Skripsi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2011. (<http://e-journal.uajy.ac.id/1465/> diunduh pada tanggal 13 April 2019)
- Skripsi di Universitas Katolik Widya Surabaya, Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, 2013. (<https://docplayer.info/35926115-Penggunaan-facebook-sebagai-media-pemasaran-online.html> diunduh pada tanggal 14 April 2019).
- Matus, Tomy. *Anda Bos-nya, Facebook Dan Twitter Staf Marketingnya*, Andi. Yogyakarta : Andi, 2013.
- Amiruddin K. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Makassar: Alauddin University Press, 2014.

- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam: Perspektif Maqashd al-Syari'ah*. Sidoarjo: Kencana, 2014.
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*, Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2008.
- Al-Qur'an Al Karim dan Terjemah Bahasa Indonesi. Kudus : Menara Kudus, 2006
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Manajemen Pemasaran Syariah*. Kudus : STAIN Kudus, 2009.
- Karim, Adimarwan. *Bank Islam (Analisis Fiqih Dan Keuangan)*. Jakarta : IIIT Indonesia, 2003.
- Ascarya. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta : PT. Raja grafindo Persada, 2007.
- [https://www.academia.edu/29577361/FIQIH\\_MUAMALAD](https://www.academia.edu/29577361/FIQIH_MUAMALAD)  
(Diunduh pada tanggal 20 Maret 2019)
- Antonio, M.Syaf'i. *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Zuhaili, Wahbah. *Terjemah al-Fiqhu Asy-Syafi'i al-Muyasaar Cet. 1*. Jakarta : Almahira, 2010.
- Febriani, Mega. *Strategi Komunikasi pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada media Sosial Twitter @PekanbaruCo*, Jurnal JOM FISIP, Vol. 1, No. 02, Oktober 2014. (<https://www.e-jurnal.com/2015/08/strategi-komunikasi-pemasaran-dalam-8.html> diunduh pada tanggal 10 April 2019).
- Octavianti, Meria. *Menumbuhkan Kesadaran Merek Produk Melalui media Sosial Studi Kasus mengenai Optimalisasi Penggunaan Twitter Sebagai Upaya Menumbuhkan Kesadara Merek Maicih Keripik Singkong Pedas Asli Kota Bandung*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 2, No. 2, Oktober 2012. (<http://jurnalikom.uinsby.ac.id> diunduh pada tanggal 20 April 2019).
- Muttaqin, Zainal. *Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran modern*, Jurnal Teknologi, Vol. 1, No. 2, Juli 2011.  
(<http://journal.unipdu.ac.id:8080/index.php/teknologi/article/view/63/52> diunduh pada tanggal 23 April 2019).

- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2009.
- Azwar, Syaifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011.
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Bekasi : Gramata publishing, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2006.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia, 2002.
- Rusmadi. *Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern*, Vo. 1, No. 4, Desember 2016, 71. ( <https://47-1-163-1-10-20161228.ac.id> diunduh pada tanggal 31 Juli 2019 pukul 09.45 WIB)
- Wibowo, Ery dan Agung Santosa, *Ekonomi Islam dalam Konteks Ke-Indonesia-an (Perspektif Jalan Ketiga)*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2016, 3. (<http://jurnal.unimus.ac.id> Diunduh pada tanggal 31 Juli 2019 pukul 11.34 WIB).
- Afifudin dan Ahmad Saeban. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia, 2009.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana, 2008.
- Muhadjir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rake Sarasin, 2002.
- Sondang P Siagian, *Manajemen pemasaran* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), 287.
- Fathoni Abdurrohman, *Organisasi & Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta, PT Rineka Cipta, 2006), 156.
- Kadarisman, *Manajemen Kompensasi* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2014), 156.
- Hermawan Kertajaya, *perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran hermawan Kertajaya: Dari Indonesia Untuk Dunia Redefinisi, Simplikasi, Dan Futurisasi* (Jakarta: Erlangga, 2010), 59-60.
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Manajemen Pemasaran Syariah*, 17.
- Adimarwan Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih Dan Keuangan)* (Jakarta: IIIT Indonesia, 2003), 87.
- Ika Yuliana & Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Persepektif Maqoshid al-Syari'ah* , 250-251.