

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran, Al-Hajj ayat 30, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Quran, 2001).
- Al-Quran An-Nahl Ayat 125, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Quran, 2001).
- Aksin, Nur. Fakultas Teknik, Universitas PGRI Semarang, *Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial*, 2019, 122-123. Diakses Pada 10 Desember 2019, Journal.upgris.ac.id
- Anogara, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2009.
- Anonymous, *Definisi Ekonomi Islam Menurut Para Ahli*, [Http://Wwwudinibrahimdm.blogspot.com/2016/12/Definisi-Ekonomi-Islam-Menurut-Para-Ahli.html](http://Wwwudinibrahimdm.blogspot.com/2016/12/Definisi-Ekonomi-Islam-Menurut-Para-Ahli.html) (Desember, 2016) Diakses Pada Hari Rabu 30 Oktober 2020
- Ardiyanto, Arif. *Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Desa Kemas Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali*. Surakarta: UIN SURAKARTA.
- Asnawi, Nur dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers. 2017.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1998.
- Chaffey, Dave. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited. 2015. Diakses pada 10 Desember 2019.
- Danim, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia. 2002.
- Ebbert & Griffin. *Pengantar Bisnis Edisi ke Sepuluh*. Erlangga: Jakarta. 2014.
- Edutech, *Mengenal Macam-Macam Teori Pertumbuhan Ekonomi*, (February, 2020), [Https://Www.kelasipintar.id/blog/tips-pintar/mengenal-macam-macam-teori-pertumbuhan-ekonomi-3206/](https://www.kelasipintar.id/blog/tips-pintar/mengenal-macam-macam-teori-pertumbuhan-ekonomi-3206/) Diakses Pada Hari Rabu, 30 September 2020

- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP. 2016
- Haryanto, Agus Tri. *Riset: 175,2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia*, Jakarta: Detikinet, Kamis 20 Februari 2020, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- J. Muller. *Penetration of leading social networks in Indonesia as of 3rd quarter 2019*, Statista Februari 2020, <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration/>
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Erlangga. 2012.
- Marlinah, Lili. *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur Dan Creativepreneur*. AMIK BSI Bekasi, Management Informatika, IKRAITH-Ekonomika Vol 2 No 1 (Maret 2019).
- Morrisan. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Priambada, Swasta. *Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Malang : Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Seminar Nasional Sistem Infoemasi Indonesia, 2-3 November 2015. Diakses pada 10 Desember 2019.
- Priambada, Swasta. *Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Malang : Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Seminar Nasional Sistem Infoemasi Indonesia. 2-3 November 2015.
- Purwana, Dedi. Rahmi dan Shandy Adtya. “Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) E-ISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli”, *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. 2017. 2 diakses pada 10 Desember 2019, <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpm/article/view/1781>.
- Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2011.
- Purwiantoro, Moch Hari dan Dany Fajar Kristanto S.W., Widiyanto Hadi, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)*, AMIK Cipta

- Darma Surakarta, Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1 Maret 2016 30 ISSN: 2503-3565 E-ISSN: 2503-3689.
- Purwiantoro, Moch Hari. Dany Fajar Kristanto dan Widiyanto Hadi. Pengaruh *Penggunaan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)*. AMIK Cipta Darma Surakarta, Jurnal EKA CIDA Vol. 1 No. 1 Maret 2016 30 ISSN: 2503-3565 E-ISSN: 2503-3689. Diakses pada 10 Desember 2019.
- Rahadi, Dedi Rianto dan Zanial. “E-Journal Universitas Presiden: Cikarang” *Sosial Media Marketing dalam Mewujudkan E Marketing*. Diakses pada 10 Desember 2019 seminar.ilkom.unsri.ac.id
- Samawati, *Strategi Pemasaran Dalam Islam*, [Http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/6554/3/BAB%20II.Pdf](http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/6554/3/BAB%20II.Pdf) , (Semarang : 2016), 32.
- Sanggabuwana, Danang dan Susi Andrini. *Dampak Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Sentra Industri Keramik Plered, Kabupaten Purwakarta*, Jurnal Komunikasi ISSN 2548 3749. Diakses pada 10 Desember 2019.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Srirejeki, Kiky. *Analisis Manfaat Media Sosial dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Daan Menengah (UMKM)*. Universitas Jenderal Soedirman, Jurnal Telematika dan Informasi, Vol: 7 No: 1 (Januari – Juni 2016). Diakses pada 10 Desember 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Wardhana, Aditya. “Prosiding Seminar Nasional ISBN: 978-602-17225-4-1, Forum Keuangan dan Bisnis IV,” *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia*. 2015. Diakses pada 10 Desember 2019.
- Wawancara langsung dengan Ibu Khasanah (pemilik UKM Rumah Jahit A2R Fashion), pada hari Ahad, 30 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB
- Wawancara langsung dengan Ibu Nani (pemilik UKM Rumah Jahit Nafiza Fashion), pada hari Kamis, 23 Juli 2020, pukul 09.00 WIB
- Wibowo, Lili Adi dan Doni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Winardi. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenamedia Group. 2003.

Wiratha, Made. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi. 2006.

