

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, dkk., *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Insania, 2021.
- Achmad Jamaludin, dkk., “Pengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 21 No.1, (2015).
- Agus Dwi Cahya, dkk., “Pengaruh Penjualan *Online* Dimasa Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Menggunakan Metode Wawancara (Studi Kasus UKM Nyoo Timoho Yogyakarta)”, *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol.4 No.2, (2021).
- Alfiyanti Y, *Validitas Reabilitas dalam Penelitian Kualitatif*. J. Keperawatan Indonesia. 2008
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari’ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Arief Widodo, “*Using Seven C Analysis in Analyzing Indonesia Furniture Company Website*”, Tesis, Universitas Kristen Stya Wacana, 2002.
- Atajudin Nur, dkk., “Pengaruh Promosi *Online* Terhadap Keinginan UMKM untuk Bermitra dengan SMESCO Indonesia”, *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, Vol.4 No.2., (2020).
- Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 1990.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Bogdan, dkk, *Riset Kualitatif untuk Pendidikan: Pengantar ke Teori dan Metode, Terjemahan Munandir*. Jakarta: Proyek Pembangunan Pusat Fasilitas Bersama Antar Universitas. 1990.
- Carol Anne Strange, *Berani Memulai dan Menjalankan Bisnis Internet*. Jakarta: Tiga Kelana, 2009.
- Cipta Halim, *Tip Praktis Promosi Online untuk Bergai Event*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Crisjiana Silaban, “Pengaruh Promosi *Online* Akun Media Sosial Instagram @bogardeliveryservice Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bogar Delivery Service, *JOM FISIP*, Vol.6 Edisi 1, (2019).
- Cut Devi Maulidasari, “Dampak Promosi Produk pada Pemasaran *Online*”, *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, Vol. 5 No.1, (2021).
- Departemen Agama RI, *al-Qur’an dan Terjemahnya*. Jakarta: Darus Sunnah, 2002.

- Elvera, Yesita Astarina, “Pengaruh Promosi *Online* dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan ‘Kimi Collection’ Kota Pagar Alam”, *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol.1 No.1, (2020).
- E. Kristi Purwandari, *Pendekatan Kualitatif Untuk Manusia*. Jakarta: LPSP3. 2005.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: Grafindo Persada. 2011.
- Esterlina Hutabarat, “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satri FU pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan”, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol.3 No.1, (2017).
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFPE, 2001.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: Andi, 2002.
- Fandy Tjiptono, Antasia Diana, *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2007.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Ed III*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Hesti Sairo, dkk., “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT. Sinar Puerfoods Internasional Bitung”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.6 No.2, (2018).
- Hikmawati Inaya, Wawancara oleh Penulis, 11 Maret 2022, Wawancara 1, Transkrip.
- Indah Sulistyowati, Edi Wibowo, “Pemanfaatan *Internet Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan”, *JIBEKA* Vol.11 No.2, (2017).
- Indra Sasangka, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volumen Penjualan pada Mini Market Minimart ‘90 Bandung”, *Jurnal Ilmiah Online STIE Muhammadiyah Bandung*, Vol.2 No.1, (2018).
- Irwan, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Izun, Wawancara oleh Penulis, 11 Maret 2022, Wawancara 3, Transkrip.
- Jujun Juansah, “Penerapan *E-Commerce* dalam rangka Meningkatkan Omzet Penjualan Jok Kursi Rotan di PD. Langgan Wajar Cushion Plumbon Kabupaten Cirebon”, *Jurnal Online ICT STMIK IKMI*, Vol. 1, (2012).
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kemendesa, *Dokumen Pembelajaran Inovasi Desa Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus*. Kudus: BID, 2019.

- Kirom, Wawancara oleh Penulis, 15 Maret 2022, Wawancara 4, Transkrip.
- Kopi Muria Wilhelmina, *Pitch Deck*. Kudus: Kopi Muria Wilhelmina, 2021.
- Laksana, M. F., *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar, 2019.
- L. Alrubaiee, "Relationship Between B2B E-Commerce Benefits, E-Marketplace Usage and Supply Chain Management", *Global Journal of Management and Business Research*, Vol.12 No.9, (2012).
- Layla, Wawancara oleh Penulis, 15 Maret 2022, Wawancara 7, Transkrip.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2010.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2018.
- Maulana, Wawancara oleh Penulis, 15 Maret 2022, Wawancara 5, Transkrip.
- Miles, Hubberman, *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press, 2009.
- Muhammad Luqman, *Fiqh Asasi*. Semarang: Dar Al-'Arifin, 2000.
- Mukhsin, "Manfaat Penerapan Marketing Online Menggunakan E-Commerce dan Media Sosial Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)", *TEKNOKOM*, (2019).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2010.
- Mustafa, Wawancara oleh Penulis, 15 Maret 2022, Wawancara 6, Transkrip.
- Noor Shodiq Iskandar, *99 Great Ways Menjadi Pengusaha Muslim Sukses*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Nurhayani, Deni Suryano, *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Surabaya: Qiara Media Partner, 2019.
- Nur Wanita, "Bauran Promosi (*Promotional Mix*), Konvensional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", *Jurnal Bilancia*, Vol. 10 No.1, (2016).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi Kesebelas*. Jakarta: Prehallindo, 2000.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo, 2002.
- Philip Kotler, Gary Amstrong, *Principles of Marketing, ed 15*. Global Editon Pearson, 2018.
- PPL IAIN Kudus, *Model Perkembangan Kopi Muria Wilhelmina*. Kudus: IAIN Kudus, 2021.

- Rachmat Kriyanto, *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006.
- Rini Yustiani, Rio Yunanto, “Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi”, *KOMPUTA*, Vol.6 No.2, (2017).
- Rinnanik, dkk., *Ilmu Manajemen di Era 4.0*. Indramayu: Adab, 2021.
- Risa Ratna Gumilang, “Implementasi *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri”, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.10 No.1, (2019).
- Rismi Somad, Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi, Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Rotumiar Pasaribu, “Optimalisasi Media *Online* Sebagai Solusi Promosi Pemasaran UMKM di Semarang Pada Masa Pandemi Covid 19”, *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol.1 No.1, (2020).
- Rusnawati, Cut Ayu Mauidhah, “Sistem Promosi Madu dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Gampong Buloh Seuma Aceh Selatan”, *Jurnal Nur El-Islam*, Vol. 5 No.2, (2018).
- Salmiah, dkk., *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Samsul Arifin, *Pemasaran Era Milenium*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Saryono, Mekar Dwi Anggraeni, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dalam Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Deepublish. 2016.
- Shofil Pranyoto, Wawancara oleh Penulis, 11 Maret 2022, Wawancara 2, Transkrip.
- Sigit Hermawan, Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif)*. Malang: Media Nusa Creative. 2016.
- Siti Aisyah Putri Payung, *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Toko Plaza Hija Kabupaten Kampar Ditinjau dari Ekonomi Syariah*. Riau: UIN Syarif Kasim, 2020.
- Sistaningrum, *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index, 2002.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta. 2004.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali. 1998.
- Taat Kuspriyanto, “Pengaruh Promosi *Online* dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilar”, *Jurnal Perspektif*, Vol. XV No.2, (2017).

- Tasnim, dkk., *Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Tatang, M. Amirin, *Menyusun Perencanaan Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995.
- Utoyo Widayat, *Akuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori dan Soal*. Jakarta: LPFE UI, 1999.
- Wahyu Nita Kurrota A'yun, "Implementasi *Online Promotion* Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Toko BerhijabTulungagung", Surabaya: UIN Sunan Ampel, (2018).
- William G. Nickels, *Understanding Business*. Pennsylvania State University: Hill Higher Education, 2018.
- Willy Pratama Widharta, Sugiono Sugiharto, "Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam rangka Meningkatkan Penjualan pada TokoDamai", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2 No.1, (2013).
- Wikan Pribadi, *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet*. Jakarta: Bukune, 2010.
- Winwiwin Yadiati, *Akuntansi Pengantar*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Widya Indah Fitriyati, "Pengaruh Promosi *Online* dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopaholic Store Banjarmasin".
- Yosepin Linda, *Produk Kreatif Kewirausahaan Kriya Kreatif*. Yogyakarta: Andi, 2021.
- Zulkarnain, *Ilmu Menjual Edisi 2*. Yogyakarta: Expert, 2017.
- Zulki Zulkifli Noor, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.

