

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Abdul Aziz. Wawancara Oleh Peneliti. 13 Juni 2022. wawancara 1. transkrip.
- Agung, Anak Agung Putu, and Anik Yuesti. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*. Edited by I Nengah Suardhika. 1st ed. Vol. 1. Bali: CV. Noah Aletheia, 2019.
- Ahmadi, Rulam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Aisyah, Lisda, and Siti Achiria. "Usaha Bisnis E-Commerce Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (2019).
- Alfasa Hijab. "Alfasa Hijab and Daily Official." Accessed July 24, 2022. <https://alfasahijab.com/>.
- Andriyanto, Irsad. "Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce." *Bisnis* 6, no. 2 (2018): 87–100. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.
- Azwar, and Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Bappeda, Admin. "Artikel Pembangunan & Pertumbuhan Ekonomi." Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Pemerintah Kabupaten Buleleng, 2017. <https://bappeda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/artikel-pembangunan-pertumbuhan-ekonomi-75>.
- Basrowi, and Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Chafey, and Dave. *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practic*. England: Pearson Educatin Limited, 2000.
- Chalid, Pheni. "Teori Dan Isu Pembangunan," n.d.
- Chole, Nilesh, and Kushal M. Dharmik. "Digital Marketing & Social Media." In *Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions*, 163–67. Nagpur: Tirpude Institute of Management Education, 2018. [www.tirpude.edu.in](http://www.tirpude.edu.in).
- Creswell, Jhon W. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publication Inc, 2014.
- Efriyani, Ana. "Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Profitabilitas Bank (Studi Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.

- ES, Dedi Purwana, Rahmi, and Shandy Aditya. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1, no. 1 (2017): 1–17. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>.
- Fauzan. *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019.
- Ferlianto, Lie Ricky, and Evi.I Gondomulyo. *Komoditi Investasi Paling Perspektif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2006.
- Fikri, Muhammad Izzul. "Analisis Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Toko Mutiara Hijab Kota Salatiga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mutiara Hijab Salatiga)." Universitas Islam Negeri Walisongo, 2020.
- Gade, Muhammad. *Teori Akuntansi*. 1st ed. Jakarta: Almahira, 2005.
- Hapsari, Denny Putri, and Ade Saputra. "Analisis Penjualan Bersih, Beban Umum & Administrasi Terhadap Laba Tahun Berjalan." *Jurnal Akuntansi* 5, no. 1 (2018): 45–53. <https://doi.org/10.30656/jak.v5i1.502>.
- Hapsoro, Bayu Bagas, Palupiningdyah, and Achmad Slamet. "Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM Di Kota Semarang." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 23, no. 2 (2019): 117–20.
- Hasan, Muhammad, and Dkk. *Teori-Teori Perkembangan Ekonomi*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Hendrawan, Andi, Hari Sucahyowati, Kristian Cahyandi, Indriyani, and Atril Rayendra. "Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap." *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian* 4, no. 1 (2019): 50–61.
- Herawati, Tati. "Perkembangan Fesyen Muslimah Di Indonesia Hingga Dinobatkan Kiblat Fesyen Muslim Tahun 2020." Kompasiana, 2021. <https://www.kompasiana.com/tatiherawati/6120938d31a2876521350123/perkembangan-fesyen-muslimah-di-indonesia-sampai-indonesia-pernah-dinobatkan-sebagai-kiblat-fesyen-muslim-di-tahun-2020>.
- Hermawan, Aditya. "Saluran Media Digital (Digital Media Channels) Yang Efisien Dan Efektif Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Provinsi Jawa Timur." In *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*, 818–27. Universitas Widyagama Malang, 2021.

- Indrasari, Viki. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Tengah." *Jurnal JIEP*. Universitas Diponegoro Semarang, 2011. <https://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/view/19102%0Ahttps://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/download/19102/23463>.
- Jamiat, Nuslih, and Cahyadi Supyansuri. "Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung." *ATRABIS: Jurnal Administrasi* 6, no. 1 (2020): 1–15.
- Jhingan, M.L. *Ekonomi Pembangunan Dan Perencanaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Kartajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Kemenag. "Qur'an Kemenag." Kemenag. Accessed September 10, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/3>.
- . "Qur'an Kemenag." Kemenag. Accessed September 24, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/3>.
- Mariati, Ria. Wawancara Oleh Peneliti. 13 Juni 2022. wawancara 2. transkrip.
- Mawarni, Arum. Wawancara Oleh Peneliti. 13 Juni 2022. wawancara 3. transkrip.
- Muhadjir, Noeng. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 2002.
- Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta, 2014.
- Nurlina, Tarmizi Irfan, and Yuliana Anna. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Dan Sosial: Teori Konsep Dan Rencana Proposal*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Octian, Ardito Wahyu. "Apa Itu Agen? Ini Pengertian, Sistem, Dan Ciri-Cirinya." *Mitra Bukalapak*, 2022. <https://mitra.bukalapak.com/artikel/apa-itu-agen-116128>.
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. "Pangkalan Data Kekayaan Intelektual." Accessed July 24, 2022. <https://pdki-indonesia.dgip.go.id/search?type=trademark&keyword=alfasa&page=1>.
- Parasandi, Nun Aenun. "Pengaruh Laba Kotor, Laba Operasi Dan Laba Bersih Dalam Memprediksi Arus Kas Di Masa Mendatang (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)." Universitas Muhammadiyah Makassar, 2015. <http://repository.unissula.ac.id/573/>.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. "Portal Resmi UU Cipta Kerja - Informasi Seputar UU Cipta

- Kerja,” 2021. <https://uu-ciptakerja.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Salinan-UU-Nomor-11-Tahun-2020-tentang-Cipta-Kerja>.
- Pramawati, I Dewa Ayu Agung Tantri, Kompiang Martina Dinata Putri, and I Putu Arya Mulyawan. “Implementasi Digital Marketing Pada UMKM Di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 12, no. 2 (2020): 263–75.
- Kemenag. “Qur’an Kemenag.” Accessed April 8, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>.
- Kemenag. “Qur’an Kemenag.” Accessed April 8, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/15>.
- Kemenag. “Qur’an Kemeng.” Accessed April 8, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/sura/59>.
- Raharjo, Tety Elida Eri. *Pemasaran Digital*. Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019.
- Rahmawati, Annisa Hidayah. “Strategi Digital Marketing Dalam Mempertahankan Jamaah Di Masa Pandemi Covid-19 Pada PT Mina Wisata Islami Surabaya.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022.
- Rapitasari, Diana. “Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Cakrawala* 10, no. 2 (2016): 107–12. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>.
- Ridwan, Iwan Muhammad, Abdurrahman Fauzi, Isah Aisyah, Susilawati, and Iwan Sofyan. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan ‘WAGE’ Bandung.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2019): 137–42.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur’an Vol.II*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Situmorang, Arif Tison. “Pengaruh Efisiensi Perekonomian Terhadap Pertumbuhan Ekonomi 32 Provinsi Di Indonesia.” Universitas Diponegoro Semarang, 2011.
- Sugiono. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edited by Alfabeta. Bandung, 2012.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020.
- Sundari, Leni. “Implementasi Digital Marketing Pada Usaha Iwan

- Goreng-Goreng (IGGO) Kuliner Jambi Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.” Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Suryana. *Ekonomi Pembangunan Problematika Dan Pendekatan*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Syarif, Nasrul. *Komunikasi Kontemporer Bisnis Islam Di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019.
- Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Tanzeh, Ahmad. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- TODOR, Raluca Dania. “Blending Traditional and Digital Marketing.” *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series I: Engineering Sciences* 9, no. 1 (2016): 51–56. <http://ezproxy.leedsbeckett.ac.uk/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=116699220&site=eds-live&scope=site>.
- Utami, Tri Nurjannati, and Erlinda Indrayani. *Komoditas Perikanan*. Malang: UB Press, 2018.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. *Digital Marketing*. 1st ed. Malang: Edulitera, 2020.
- Wulandari, Tri. “Perilaku Distributor Padi Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Terhadap Transaksi Jual Beli Padi Di Desa Sribasuki Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur).” Institut Agama Islam Negeri Metro, 2017.