

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amrin, Abdullah. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Annisa, N. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi kasus pada pemasaran online REALInc Store)*. Universitas Sultan Agung Tirtayasa.
- Arif, A. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, A. (1998). *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azharsyah, Erika, Nashr, Nur Kholis, Suci, Nofrianto (2021). *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen ekonomi dan Keuangan Syariah Bank Indonesia.
- Budyatna, M. (2015). *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. (1981). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung: Alumni.
- Effendy, O. (2002). *Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, Y. (2015). *Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah*. *Ekonomi Islam*, 1(3).
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-Ruzz.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Bandung: Kencana.

- Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Gema Insani.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrussa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah*. Cimanggis: Kencana.
- Kalimah, S. Nur F. (2017). *Marketing Syariah Antara Agama Dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM IAI Ibrahimy Genteng Banyuwangi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis data dalam perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: deepublish.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mudjiono, Y. (2016). *Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Jaudar Press.
- Nuramila. (2020). *Kajian Pragmatik Tindak Tutur dalam Media Sosial*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Tjiptono, F. (2011). *Stratgi Pemasaran Edisi 11*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Watranthos, R., Sutrisno, E., Hasibuan, A., Chandra, E., Sudarso, A., Muliana, ...

Widyastuti, R. D. (2020). *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Wijayanti, T. (2012). *Managing Marketing Plan (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Exelmedia.

JURNAL

Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissorsdi Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 7(3).

Fahrika, Ika & Juliansyah. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Perkembangan Makro Ekonomi Di Indonesia Dan Respon Kebijakan Yang Ditempuh. *Universitas mulawarman*, 16(2).

Gunawan, C. I., & Anggraeni, L. P. (2015). The Analysis Of Strategic Management: A Comparation Between Strategic Management Of Pt. Semen Indonesia Tbk and PT. Holcim Indonesia Tbk. *Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2).

Handayani, T. (2011). Membangun Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Kualitas Dalam proses Belajar Mengajar. *Ta'dib*, 17(2).

ILO,I.L. (2020). *Covid-19 and world of work*. Geneva: International Labour Organization.

ILO,I.L. (2020). *ILO Monitor: Covid-19 and the world of work*. Geneva: ILO

Israyanti. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Mengimplementasikan Kegiatan Simpan Pinjam Perempuan (SPP) Pada Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan. *Universitas Hasanuddin*.

Lutfin, C. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Grey Kosmetik” di Akun Shopee. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.

Mafakhim, Tajul (2019). Strategi Promosi Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Tuluagung. IAIN TULUAGUNG.

- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 13(1).
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1).
- Nur, Zulfani., & Ningsih, G. (2016). Konsep Ekonomi Islam Dalam Keunggulan Produk. *Hukum Islam*, 17(2).
- Pratiwi, D. O. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.Com Di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*. IAIN Bengkulu.
- Putri, R. N. (2020). Indonesia dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2).
- Ruslani, A. A. (2016). Strategi Pemasaran Produk CV. Moocow Di Kota Cirebon. *IAIN Syekh Nurjati Cirebon*.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Onlineproduk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1).
- Sari, C. A. (2015). *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. AntroUnairdotNet, 7(2).
- Setiadi, Ahmad. (2006). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi Cakrawala: *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setiawan, M. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasarantoko Harum Bakery & Cake's Curup. *IAIN Curup*.
- Suka, E. A. A. G., & Lubis, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 2(2).
- Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti1, M., Herikurniawan, ... Yuniastut, E. (2020). Coronavirus Disease 2019: Tinjauan

Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* / V, 1.

Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Ditengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).

Tadarusman, Y. (2013). *Strategi Komunikasi PT. Republika Penerbit Dalam Mempromosikan Novel Islami*. Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.

WEBSITE

Haryanto, A. T. (2020). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. Retrieved from detikInet website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

Riyanto, A. D. (2020). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020. Retrieved from Andi Link website: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>

