

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Tanzeh. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta : Teras
- Amalia. (2016). *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Andi.
- Annsokino. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- As'ad, H. Abu-Rumman. (2014). The Impact of Sosial Media marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Journal Society of Interdisciplinary Business Research Vol. 3 I*
- As-Sya'rawi, Syaikh Mutawali. (2003). *Fiqh Perempuan Muslimah*. Jakarta : Amzah.
- Atmoko, Bambang. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta
- Bambang, Prasetyo. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Budi Manfaat. (2020). *Rencana Strategi (Restra) 2020-2024 Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon*. Cirebon: Nurjati Press.
- Cholid Narbuko. (2008). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Departemen Agama RI. (2015). *Al-Qur'an Tajwid & Terjemahan*. Bandung: diponegoro.
- Duli, Nikolaus. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif ; Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish
- Fajrin, N., Hufon, M. (2019). Pengaruh Price, Brand Equity, Brand Ambassador, Position dan word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Light. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(03).
- Ferdinand. (2006). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP
- Gilang. (2012). "Pengaruh Intensitas Pemakaian Internet Terhadap Penggunaan Internet Untuk Berbelanja Online yang dimoderasi oleh Consumer Innovativeness di Surabaya." *Jurnal Ekonomika Vol. 5 No. 2* 94.

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Penelitian bagi Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit
- Hamdan. (2017). "Promosi Bisnis untuk Meningkatkan Omzet Penjualan." *Jurnal Komunikasi*, 2(2) 108-113.
- Haryanto. (2000). *Teknologi Informasi dan Komunikasi Konsep dan Perkembangannya, Pemanfaatan Teknologi dan Komunikasi sebagai Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Andi.
- Hendri, M. (2009). Pengaruh Komunikasi pemasaran terhadap Keputusan Pembelian The Kotak Ultra Rasa Melati Oleh Remaja di Kota Bandung
- Husain,. (2015). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Janie, Dyah. (2012). *Statistik Deskriptif % Regresi Linier Berganda dengan spss*. Semarang University Press.
- Kertajaya,. (2013). *Surfing New Wave Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawati, . (2015). "Strategi Pemasaran melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa Universitas Sumatra Utara." *Jurnal Simbolika Vol 1 No. 2* 194.
- Kusumawardani, . (2017). "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pembelian Online Shop." *Universitas Muhammadiyah Surakarta* 2.
- Kotler Philip dan Lane Keller,. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Erlangga
- Ligia Stephani. (2016). "Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung." *Jurnal Sosioteknologi* 234.
- Marisoon,. (2010). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Indonesia: Prenada Media
- Miranda Sofia,. (2017). "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif." *JOM FISIP Vol 4 NO. 1* 5.
- Muhammad Walid. (2002). *Etika Berpakaian bagi Perempuan*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Mulyana. (2019). Ilmu komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta : Ekonisisa

- Muslihah, F., (2018). Pengaruh *Social Media ,Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* dalam Pandangan Islam (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung angkatan 2014-2016) (*Doctoral disertation*, UIN Raden Lampung)
- Nanang Martono,. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif; Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Press.
- Nugroho Cholid. (2010). *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Polhemus & Procter. (2011). *Fashion and Anti-Fashion, dalam Malcom Barnard, Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Puntoadi, Danis,. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ridwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Rizal,. (2019). Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@ Bandungmatuka) Terhadap Kesadaran Merek. *Jurnal inter Komunika* (1)
- Rizal, Veby Zilfana,. (2014) . Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap JOM FISIP . *Jurnal Manajemen Teknologi* Vol. 3 no 1
- Sayid Syekh,. (2011) *Pengantar Statistik Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Baung Persada.
- Septifani, R,. Achmadi, F,. & Santoso,. (2014). Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(2). 201-218
- Sinambella, Lijian Poltak. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Syaiful, Bahri. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : ANDI
- Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Terence A. Shimp. (2017). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandi. (2015). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: Andi

Umair Husain. (2012). *Strategic Management In Action* . Jakarta PT. Gramedia Pustaka Umum.

Zakiyah, Titin. (2017). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Toko Busana Muslim Galeri Yasmin Kabupaten Trenggalek)

Zarella, Dan. (2010). *The social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.

Website:

Lokadata.beritagar.id. (2021,16 September). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Diakses pada 16 September 2021, dari <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pengguna-internet0di0indonesia-1998-q2-2020-161709144>.

Dataindonesia.id. (2022, 3 Januari). Ragam Detail Penduduk Indonesia. Diakses pada 3 Januari 2022, dari <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>.

Dosen.perbanas.id. (2021, 16 September). Produk Yang Paling Banyak Dibeli Di Toko Online. Diakses pada 16 September 2021, dari <https://dosen.perbanas.id/produk-yang-paling-banyak-dibeli-secara-online-serta-alasannya>

Info.syekhnurjati.ac.id. (2022, 3 Januari). Sejarah – IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Diakses pada 3 Januari 2022, dari <https://imfo.syekhnurjati.ac.id/profil/sejarah/>

