

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ahmadi, Chandra dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013.
- Al Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Edisi Revisi, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Amir, Taufik, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Cet. I, Semarang: Walisongo Press, 2008.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar : Konsep & Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.

Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran : Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.

Assauri, Sofjan, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013.

Billah, Mohd Ma'sun, *Islamic E-Commerce Terapan: Tinjauan Hukum dan Praktek*, (Alih Bahasa: Ahmad Domyathi Bashori), Jakarta: Multazam Mitra Prima, 2010.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 2009

Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad SAW*, Bandung: CV Multi Trust Creative Service, 2007.

Hasan, Ali, *Marketing Bank Syari'ah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.

Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Cet. 3, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Herdiansyah, Haris, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmi-ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.

Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012.

Husnan, Suad dan Suwarsono, *Studi Kelayakan Bisnis*, Yogyakarta: (UPP) AMP YKPP, 1999.

Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.

Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Rajawali Pers, 2007.

Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta, Prenada Media, 2003.

Kotler, Philip dan G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1997.

Jajat Kristanto, *Manajemen Pemasaran International Sebuah Pendekatan Strategi*, Jakarta: Erlangga, 2011

Lamb, Charles W, et al. *Pemasaran Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Lamb, Hair dan Mc Daniel, *Pemasaran (Terjemahan) Bahasa Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Lestari, Endah Prapti, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasarsan Jasa*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2006.

Moleong, Lexi J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.

Narbuko, Chalid dan Abu Ahmad, *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.

Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*, Yogyakarta: Buku Litera, 2012.

Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014.

Reksohadiprodo, Sukanto, *Manajemen Strategi*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE, 2003.

Rivai, Veithzal, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012.

Sarwat, Ahmad, *Fikih Sehar-hari*, Jakarta: Kalil Gramedia Pustaka Utama, T.T.

Siagaan, Sondang P, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Cempaka, 2005.

Solihin, Ismail, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Erlangga, 2012.

Sula, Muhammad Syakir, *Asuransi Syari'ah: Konsep dan Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.

Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.

Sutanto, Herry dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.

Suwanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*, Jilid 1, Semarang : CV. Karya Abadi Jaya, 2015.

Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*,
Yogyakarta: BPFE UGM, 2000.

Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta:
Liberty Offset, 2003.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI
OFFSET, 2008.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.

Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma,
Menggagas Bisnis Islam, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, h.
174.

Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian
Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Jurnal :

Elbadriati, Baiq, *Rasionalitas Penerapan Khiyar dalam Jual Beli Islam*,
Jurnal Penelitian Vol. 5 Nomor 1, Mataram: IAIN, 2014,
<http://ejurnal.iainmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/75>, diakses pada 19 September 2016 pukul 16:03 WIB

Hilmi, Irfano Da, “Fungsi Jejaring Sosial”,
<http://irfanodahilmi.blogspot.co.id/2010/01/fungsi-jejaring->

sosial.html, diakses pada tanggal 16 Februari 2016 pukul 14:51 WIB.

Martiman, *Strategi Pemasaran Barang dan Jasa Perusahaan Melalui Media Iklan*, Jurnal Penelitian, Vol. 2 Nomor 2 Tahun 2014, <http://ejurnal.iainmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/75/62>, pada tanggal 26 Juli 2016 pukul 13:17.

Munandar, Dadang, *Analisis Penentuan Segmen, Target, dan Posisi Pasar Home Care di Rumah Sakit Al-Islam Bandung*, Majalah Ilmiah UNIKOM, Vol. 6 Nomor 2 T.T, <http://jurnal.unikom.ac.id/jurnal/analisis-penentuan-segmen.h>, diakses pada 3 Agustus 2016 pukul 17:29 WIB.

Najib, Muhammad, *Pemaknaan Sticker Emoticon Line Messenger sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman*, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 2 Nomor 3 Tahun 2014, [http://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2014/09/Pemaknaan%20Sticker%20Emoticon%20LINE%20Messenger%20\(Muhammad%20Najib\)%20\(09-16-14-05-03-08\).pdf](http://ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2014/09/Pemaknaan%20Sticker%20Emoticon%20LINE%20Messenger%20(Muhammad%20Najib)%20(09-16-14-05-03-08).pdf), diakses 18 November 2016 pukul 21.35 WIB.

Nurcholifah, Ita, *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*, Journal Of Islamic Studies, Vol 4 Nomor 1 Tahun 2014,

<http://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/khatulistiwa/article/download/230/188>, diakses pada 6 Agustus 2016 pukul 8:13 WIB

Prisgunanto, Ilham, *Pengaruh Tingkat Kepercayaan Berkomunikasi di Jejaring Sosial Internet (Social Media) Terhadap Perilaku Beli Mahasiswa (Survei Asosiatif Netter Kaskus Mahasiswa Jurusan Teknologi Informasi di beberapa Kampus di Jakarta)*, Jurnal Penelitian Vol. IV Nomor 1 Tahun 2012, <http://library.umn.ac.id/jurnal/public/uploads/papers/pdf/adbd540a89ed42e2e307b1c87331d653.pdf>, diakses pada 5 Agustus 2016 pukul 11:29 WIB

SA, Mimi, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Ranch Market*, Jurnal Ekonomi Volume XX, No. 01, 2015, h. 9, <http://journal.tarumanagara.ac.id/index.php/jeko/article/viewFile/2528/2219>, diakses pada 25 November 2016 pukul 14:39 WIB

Wijaya, Serli dan Gunawan Adi Chandra, *Analisa Segmentasi, Penentuan Target dan Posisi Pasar pada Restoran Steak dan Grill di Surabaya*, Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 2 Nomor 2 Tahun 2006, <http://jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/download/16513/16505>, diakses pada 3 Agustus 2016 pukul 14:39 WIB.

Skripsi :

Azhary, Muhammad Arfa, “Strategi Melalui Media Sosial Akun Twitter @COFTOFMKS Dalam Meningkatkan Kunjungan Pelanggan Coffee Toffee Makassar”, Skripsi, Makassar: Universitas Hasanuddin, 2015.

Fitriana, Ika Rizky, “Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan FAEDAH (Studi Kasus pada PT. BRI Syariah KCI Gubeng Surabaya)”, Skripsi, Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, 2013.

Suindrawati, “Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Toko Jesy Buana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora)”, Skripsi, Semarang: Universitas Islam Negeri, 2015.

Internet :

http://library.islamweb.net/hadith/display_hbook.php?bk_no=146&hid=1947&pid=100285, diakses pada tanggal 10 Desember 2016