

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, Thamrin, Francis Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, Saifudin. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaffey, Dave. 2015. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. England: Pearson Education Limited.
- Durianto, Darmadi dkk. 2019. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Fahmi, Irham. 2016. *Prilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Cetakan I*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan, M. Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kotler, Philih. A. B. Susanto. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, Philip. Kevin L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005 “*Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2012. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sabila, Nur. 2019. *Digital marketing*. Semarang: STEKOM.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet. 19. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wirarna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wirarna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: IKAPI.

Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Zamzam, H. Fakhry, Havis A. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish.

Zainal, Veithzal, Dkk. 2017. *Islamic Marketing Manajeme: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah Saw*. Jakarta: Bumi Aksara.

JURNAL

Chairiawaty. 2012. “*Branding Idenity Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam*” dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2 No. 2.

Himawan, Abdurrahman Faris Indriya. 2019. “*Digital marketing: Peningkatan Kapasitas Dan Brand awareness Usaha Kecil Menengah*” dalam *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, Vol. 17 No. 2. H. 85-103.

Kurniasari, Meatry. Agung Budiatmo. 2018. “*Pengaruh Social Media Marketing, Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang*” dalam *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Hal. 1-7.

Mahmudah, Siti. 2011 . “*Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Menabung di Bank Rakyat Indonesia Syariah*” dalam *Jurnal Ilmiah IAIN Wali Songo Semarang*.

Nggilu, Monica dkk. 2019. “*Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado*” dalam *Jurnal EMBA*. Vol. 7 No. 3.

- Nurmalasari, Ayu Indah dan Diansyah. 2017. “Pengaruh Pemasaran Internet Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Interventing Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta” dalam Jurnal Of Business Studies, Vol. 2 N0. 1.
- Oktaviani, Femi. Diki Rustandi. 2018 . “Implementasi Digital marketing dalam Membangun Brand awareness” dalam Profesi Humas, Volume 3, No. 1, H. 1-20.
- Pebrianti, Wenny, dkk. 2020. “Digital marketing, e-WOM, Brand awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial” dalam Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial. Vol. 11 No. 1, H. 48 – 56.
- Maulansyah, Muhamad Rizky. Achmad M. 2019. “Pengaruh Media Sosial Sebagai Media Promosi Dan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Bandung” dalam e-Proceeding of Management: Vol. 6, No. 1. Hal. 401.
- Yacub, Rudi. Mustajab, Wahyu. 2020. “Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (*Digital marketing*) Terhadap Brand awareness Pada E-Commerce”. Manajerial. Vol. 12 No. 2, H. 198.

SKRIPSI

- Agustina, Anggi. 2020. *Pengaruh Internet Marketing Dalam Pembentukan Brand awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Konsumen Rindu Syar’i)*. **Skripsi**. Metro: IAIN Metro. Hal. 4.
- Hergastyasmawan, Angga. 2018. *Pengaruh Bauran pemasaran (Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Dan Pelayanan) Terhadap keputusan pembelian konsumen perspektif Etika*

Bisnis Islam Diwarungayam Geprek Preksu. Thesis.
Yogyakarta: UII. Hal. 73.

Hidayah, Nurul. 2018. *Analisis Strategi Digital marketing dalam Membantu Penjualan Living Space Dan Efo Store. Skripsi.* Yogyakarta: UII.

Irawan, Heri. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai. Skripsi.* Makassar: UIN Alauddin.

Sari, Lindhi Anjar. 2019. *Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Servicedalam Memudahkan Nasabah bertransaksi Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi.* Surabaya: UIN Sunan Ampel.

Saliem, Ong Ardhe. 2020. *Analisis Pengaruh Promosi Melalui Digital marketing Dan Labelisasi Halal Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Muslim Fast Fooddi Indonesia). Skripsi.* Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

INTERNET

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2020). *Profil Pengguna Internet Indonesia.* Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

WAWANCARA

Anti Febrianti. 2021. *“Digital marketing dan Brand awareness Afiha Wardrobe”.* Hasil Wawancara Pribadi: 1 Februari 2021, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Dian. 2021. *“Digital marketing dan Brand awareness Afiha Wardrobe”.* Hasil Wawancara Pribadi: 1 Februari 2021, melalui media Whatsaph.