

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdoellah, O. S. (2019). *Isu-Isu Pembangunan: Pengantar Teoritis*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Creswell, J. W. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches 4th Edition*. Los Angeles: Sage Publication ltd.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2019). *Business Essentials 12th Edition*. New York: Pearson Education.
- Fill, C. & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications (Discovery, Creation and Conversations) 7th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.)). Medan: Wal Ashri publishing.
- Hardani, Auliya, Nur Hikmatul Andriani, H., Fardani, Roushandy Asri Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hardiansyah. (2019). *Komunikasi Pelayanan Publik Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang: Unpam Press.
- KBBI Daring. (2020). *KBBI Daring*. <http://kbbi.kamus.pelajar.id/arti-kata/konten>
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar-dasar Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Terjemahan: Firmansyah, M. A. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit PT. Grasindo.
- Sugianto, M. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.





Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.

Caroline, C., & Lahindah, L. (2018). Analisa dan Usulan Strategi Pemasaran Dengan Metode QSPM (Studi Kasus Pada Umkm Di Bandung: Pakan Ikan Waringin Bandung). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 16(2), 86.

Epsi. (2020). *Position Paper On The Impact of The Covid-19 Crisis On The Sport Sector*.

Frederick, B., & Maharani, A. K. (2021). Eksistensi Media Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(2), 75–83.

Gunawan, A. (2020). 5 Dimensi Dampak Kebijakan Covid-19 Terhadap Sistem Keolahragaan Nasional. *Jurnal Jejaring Administrasi Publik*, 12(1), 24–42.

Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 87–96.

Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.

Nata, G. N. M. (2017). Knowledge Discovery Pada Email Box Sebagai Penunjang. *Jurnal Sistem Informatika*, 26-36.

Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mama-Mama Penjual Noken Di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1), 21–24.

Putri, T. N., Poetri, R. N. D., Simanjuntak, N. M. C., Susanto, T., Valentino, N., & Rangkyu, G. I. U. (2021). Strategi Promosi Pada Media Digital/Online. *The 3rd National Conference of Community Service Project 2021*, 3(1), 61–65.

Susilo, A., Rumende, C. M., Pitoyo, C. W., Santoso, W. D., Yulianti, M., Heri Kurniawan, H., Sinto, R., Singh, G., Nainggolan, L., Nelwan, E. J., Chen, L. K., Widhani, A.,

JURNAL



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Wijaya, E., Wicaksana, B., Maksum, M., Annisa, F., Jasirwan, C. O. M., & Yuniastuti, E. (2020). Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7(1), 45.

Selestio, R., Ferdinand, A. T., & Sukresna, I. M. (2016). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Strategi Promosi Penjualan, Brand Positioning, Dan Perceived Quality Yang Dipengaruhi Oleh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk (Studi Pada Konsumen Gatsby Skin Tonic Cooling Face Wash Coverage A/P Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 15(3), 141–151.

Shereen, M. A., Khan, S., Kazmi, A., Bashir, N., & Siddique, R. (2020). Covid-19 Infection: Origin, Transmission, And Characteristics Of Human Coronaviruses. *Journal Of Advanced Research*, 24, 91–98.

ARTIKEL

Hasibuan, L. S. (2020). *Buat Para Penggemar Fitness, Gym di DKI Boleh Dibuka Besok!* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201011123906-4-193464/buat-para-penggemar-fitness-gym-di-dki-boleh-dibuka-besok>

Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*. Unri Press. https://www.researchgate.net/profile/almasdisyahza/publication/354697863_buku_metodologi_penelitian_edisi_revisi_tahun_2021/links/6148817b3c6cb310697fb726/buku-metodologi-penelitian-edisi-revisi-tahun-2021.pdf?origin=publication_detail

Who. (2020). *Transmisi Sars-Cov-2: Implikasi Terhadap Kewaspadaan Pencegahan Infeksi*. 1–10. https://www.who.int/docs/default-source/searo/indonesia/covid19/transmisi-sars-cov-2---implikasi-untuk-terhadap-kewaspadaan-pencegahan-infeksi---pernyataan-keilmuan.pdf?sfvrsn=1534d7df_4

SKRIPSI

Nata, O. (2021). *Strategi Promosi PT. Atina Rahmatataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Putra, R. (2021). *Strategi Promosi Pasar Van Der Capellen*. Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Yuliani. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung). Universitas Islam
Negeri Raden Inten Lampung

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

