

DAFTAR PUSTAKA

- A. Nur Maida, St. Aisyah Hading, & Hamida Suryani. (2023). Peran Modal Sosial Terhadap kesejahteraan pelaku industri rumah tangga atau penjahit busana di Kota Makassar. *Seminar Nasional Dies Natalis* , 6.
- Abdillah, L. A. (2022). Peranan Media Sosial Modern. www.bening-mediapublishing.com
- Abdul. (2023). Manajemen Pemasaran Jasa (*Konsep Dasar Dan Strategi*) Penerbit Cv.Eureka Media Aksara.
- Afriani, F. (2016). Peluang Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Ekonomi Indonesia. *Ekonomica Sharia*, 1(2), 13.
- Aksin, N. (2016). Pandangan Islam Terhadap Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Informatika Upgris*, 2(2),6.
- Arya, S. M., & Pratama, I. A. (2024). Ikhsan Iqbal 3. 13(2), 5.
- Astaria, N., & Feriawan, F. U. (n.d.). Metode Pengumpulan Data Melalui Studi Dokumen Dalam Penelitian.
- Barqi, A. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhamad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 1–10.
- Berliana, C. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tradisional Tapis Lampung Melalui Media Digital Dilihat Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Penjahit Bintang 38B Batanghari, Lampung Timur). 5(3).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 157.
- Dr.Dikdik Harjadi, SE.,M.Si ,Dewi Fatmasari SE., M. S. (2015). *Pengantar Bisnis Teori dan Konsep*. Universitas Kuningan.
- Dr.Ir.H.R.Zulki Zulkifli Noor,Ah.,MH., M. (2010). *Manajemen pemasaran*.pdf. CV.Budi utama.
- DS Innovate. (2023). *MSME Empowerment Report 2022*. Research, hlm 82.
- Elida, T. dan, & Raharjo, A. (2019). Pemasran Digital. IPB Press.

- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33.
- Furtiman, K. E., & Artina, N. (2023). Analisis Rencana Usaha Bize Clothing Boutique Pakaian Big Size Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(2), 97.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2021). *strategi pemasaran Konsep , Teori dan Implementasi*.
- Hariana, S.Pd, M. D. penuntun menjahit praktis (M. Trifandi Lasalewo, ST (Ed.)). *WAHANA MEDIA PUSTAKA*.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1.
- Hoffman, D. W. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Jazil, T., & Hendrasto, N. (2021). *Prinsip & Etika Bisnis Islam*. Institut Tazkia,Kneks, *Ekonomi Syariah*, 1–66.
- Kadim, D. N., Masinambouw, V. A., & Sumual, J. I. (2017). Pengaruh Jumlah Produksi, Pengalaman Usaha dan Jenis Kelamin terhadap Pendapatan Usaha Tukang Jahit di Presiden Shopping Center Kecamatan Wenang Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 17(02), 1.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59.
- Kotler, K. (2016). Marketing Management. In Boletín cultural e informativo - *Consejo General de Colegios Médicos de España* (15th ed., Vol. 22).
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.
- M.Si, H. F. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*, (Ahmad Rohyani (Ed.)). BILDUNG, 2019.
- Melawati. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bisnis Online*. Vol. 1, No, 57–62.

- Muaviah, E., Dewi, A. A., & Febriani, N. (2023). *Generasi Z : Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana Pendahuluan Era revolusi digital telah mendorong penggunaan teknologi digital di semua bidang kehidupan* 1(2), 81.
- Muttaqin, Z. (2012). *Facebook Marketing Dalam Komunikasi Pemasaran Modern. Teknologi*, 1(2), 9.
- Nuranna, DKK, (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (A. S. N. O. Hutahaean & D. F. S. H. Riswan (Eds.); 1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Polii, E. Z. F., Pati, A. B., & Potabuga, J. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Kaum Milenial Dalam Pemilihan Umum di Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan Tahun 2019. *Jurnal Politico*, 9(3), 1–7.
- Putra, W. A., Nawasiah, N., & Widyaningsih, M. (2020). Pengaruh Penentuan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Berskala Mikro/Kecil. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(1), 91.
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. *Akademika*, 11(02), 4.
- Rulli Nasrullah. (2015). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* / penulis, Dr. Rulli Nasrullah, M.Si. ; editor, Nunik Siti Nurbaya (N. S. N. (editor) (Ed.); 4th ed.).
- Saheria. (2020). Tinjauan etika bisnis islam terhadap keputusan strategi promosi rumah jahit akhwat sinjai. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, 107.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (Ed.)). KBM INDONESIA.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037.

- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Subagyo, A., & Kristian, I. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Sugito, Sairun, A., Pratama, I., & Indah Azzahra. (2022). Media Sosial (*Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha*).
- Sulistyo. (2010). Pengembangan Usaha Kecil Menengah Dengan Basis Kerakyataan di Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 6(1), 5.
- Syafira, I. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online pada Busana Muslim Siva di Sidoarjo. *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 8.
- Syah, I., & Pujianto, W. E. (2023). Peran UMKM dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran Masyarakat di Era Vuca. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 7.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 6.
- Tarmizi, T. (2021). *Marketing Strategy To Increase Sales Volume*. *Jurnal Ilmiah Teunuleh*, 2(2), 4.
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). Uu Ite Nomor 19 Tahun 2016. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 7.
- Wahyuni,, Jonata, E. M., Hasanah, I. M. N., Maharani, A., Nuryami, K. A. R. N., & ISBN, L. W. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *PT. Global Eksekutif Teknologi*.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7(1), 7.
- yuni Fitriani. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.
- Zul Fadli, S.E.,M.A. dkk. (2016). *Manajemen Pemasaran Digital* (Muttaqin,). Pt Global Eksekutif Teknologi Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022.