

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2020). *Pemasaran syariah: Konsep dan implementasi*. Tazkia Publishing.
- Azizah, N., & Maulana, A. (2020). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Fesyen Muslim di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 123–135.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W., & Guetterman, T. C. (2019). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (6th ed.). Pearson.
- Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Ponorogo. (2021). *Data distribusi UMKM Kabupaten Ponorogo berdasarkan jenis usaha tahun 2021* [Laporan tahunan]. Pemerintah Kabupaten Ponorogo.
- Fajri, A., & Mulyani, S. (2020). *Strategi pemasaran produk halal melalui media sosial pada UMKM*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 155–167.
<https://doi.org/10.xxxx/jes.v8i2.xxxx>
- Huda, N., Wahyudi, A., & Firmansyah, R. (2021). Digital Marketing dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Berbasis Syariah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 45–58.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). *Marketing* (14th ed.). Cengage Learning.
- Lubis, M. (2021). *Bisnis syariah di era digital: Tantangan dan strategi integratif*. Jakarta: Kencana.

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE.
- Nurmalia, L., & Fauzan, R. (2022). *Marketplace syariah dan peningkatan kepercayaan konsumen Muslim*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.xxxx/jmbi.v10i1.xxxx>
- Pulizzi, J. (2020). *Content Inc.: Start a content-first business, build a massive audience and become radically successful (with little to no money)* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.
- Rachman, M. (2022). *Tren digital marketing dalam UMKM: Tantangan dan peluang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 45-61.
- Rachmawati, F., & Ali, M. (2022). Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Berbasis Syariah di Sektor Fashion. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(3), 201–215.
- Rahman, A. (2021). *Etika bisnis syariah di era digital*. Bandung: Alfabeta.
- Rahman, M. F., & Ismail, A. G. (2022). Islamic Digital Marketing: Strategies and Consumer Perceptions in Halal Industry. *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 7(1), 23–40.
- Ryan, D. (2020). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (5th ed.). Kogan Page.
- Setiawan, I. (2022). *Digital marketing: Strategi, implementasi, dan pengaruhnya terhadap penjualan UMKM*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutedi, A. (2021). *Bisnis syariah: Prinsip dan penerapannya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sya'bani, A. (2021). *Pilar-pilar pemasaran syariah*. UIN Press.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Yusuf, M. (2023). *Strategi konten islami untuk UMKM di media sosial*. Yogyakarta: Deepublish.