

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis kualitas pelayanan pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Al-Jauziyah, Ibnu Qayyim. (2000). *Tuhfatul Maudud bi Ahkam al-Maulud*. Kairo: Dar al-Salam.
- Al-Qaradawi. (2024). *Tuntunan aqiqah dalam Islam*. Kairo: Maktabah Wahbah.
- Andriyanto, R. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi di Toko Hayami [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Arina, I., Khoirunnisa, & dkk. (2023). *Komunikasi pemasaran digital: Konsep, strategi, kasus, dan penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Subianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). *Komunikasi digital*. Yogyakarta: Lakeisha.
- As-Syafi'i. (2025). Pandangan Imam As-Syafi'i tentang aqiqah. *Tashdiq: Jurnal Pemikiran Islam*, 10(1), 88.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Cimbniaga. (2023). Aqiqah anak: Tata cara dan hukum menggunakan jasa layanan. Diakses 20 Juni 2025, dari <https://www.cimbniaga.co.id>
- Clow, K., & Baack, D. (2020). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (9th ed.). Boston: Pearson.
- Didik Hariyanto. (2021). *Buku ajar pengantar ilmu komunikasi*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Ekon. (2021, Mei 5). UMKM menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Diakses 20 Juni 2025, dari <https://www.ekon.go.id>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Frier, Sarah. (2020). *No filter: The inside story of Instagram*. New York: Simon & Schuster.
- Hariyanto, D. (2023). *Buku ajar komunikasi pemasaran*. Jakarta: Penerbit An.
- Herlina, Boer, R. F., Fasadena, N. S., Kede, A., Kahfi, M. A.-M., Ganiem, L. M., Putri, S. S., Hasibuan, N., Subchan, N., & Deryansyah, A. D. (2023). *Pengantar ilmu komunikasi*. Bandung: Basya Media Utama.
- Indrawati. (2025). *Komunikasi pemasaran digital*. Bandung: Refika Aditama.

- Jurnal Al-Hikmah. (2015). Aqiqah dalam perspektif syariat Islam. *Al-Hikmah: Jurnal Studi Islam*, 6(2), 154–155.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lestari, D. (2021). Strategi komunikasi pemasaran digital pada akun Instagram @savannavetcare [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2021). *Manajemen pemasaran: Pendekatan pada era digital*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Juliastuti, Akib, S., Daud, R. F., Dawami, Rosemary, R., Athalarik, F. M., Adiarsi, G. R., Puspitasari, M., Andi, Ramadhani, M. M., & Rochmansyah, E. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi*. Bandung: Widina.
- Misra, I., Sutanto, E. M., & Handayani, R. (2020). *Manajemen pemasaran: Konsep dan teori*. Surabaya: IAIN Press.
- Nasution, M. E. (2017). Prinsip Islamic marketing dalam praktik bisnis modern. *Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 101–110.
- Nofiasari, W., Rusdin, F. R., Yusanto, Y., Putri, I. G. A. A. A., Rahmat, F. N., Yulianto, A., Prasetyo, N. R., Ramadhani, M. M., Ramonita, L., & Pratiwi, C. P. (2024). *Strategi komunikasi digital*. Bandung: Widina Media Utama.
- Nurhaliza, S. (2022). Strategi komunikasi pemasaran digital di Critoe Coffee Bandung [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Park, J., Lee, S., & Kim, H. (2022). The impact of Instagram marketing activities on brand awareness and brand image. *Sustainability*, 14(1), 7.
- Rachmawati, D., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh komunikasi visual di Instagram terhadap brand awareness dan keputusan pembelian produk jasa. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 123–135.
- Ramadhani, F. (2022). Pemanfaatan Instagram untuk brand awareness pada UMKM jasa. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 55–64.
- Santoso, A., & Hartono, S. (2023). *Manajemen usaha kecil menengah (MUKM)*. Ponorogo: UMPO Press.
- Sari, M., & Pratama, R. (2022). Kesesuaian konten dan preferensi audiens dalam meningkatkan interaksi dan konversi penjualan di media sosial. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(1), 45–58.

Solis, Brian. (2010). *Engage! The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. Hoboken: Wiley.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke- 3). Bandung: Alfabeta.

Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Jakarta: Prenada Media.

Tasnim, Sudarso, A., Anggusti, M., Munthe, R. N., Tanjung, R., Mistriani, N., Setiawan, Y. B., Simatupang, S., Sari, O. H., Saragih, L., Purba, B., Sari, M., & Dewi, K. I. (2021). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Zuwirna. (2020). *Teori komunikasi dalam hubungan antar individu*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

