

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad & Aprilia, Indah Ayu. (2020). Strategi Pemasaran UD. Tape Handayani 82 Bondowoso dalam Perspektif Marketing Syariah. *Jurnal*, Vol 1, No. 1, 57-58.
- Apriyani, Teti. (2020). Strategi Pemasaran Syariah dalam meningkatkan penjualan Queen Optical kota Cirebon. *Skripsi*, Cirebon : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Bunga Bangsa Cirebon.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Praktek: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Bukhari & Priasa, Donni Juni. (2005). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta.
- Departemen Agama RI. (2011). *Al- Quran dan Terjemahannya*. Jakarta : Adhi Aksara Abadi Indonesia.
- Evasari, Aprilia Dian. (2020). Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal*. Vol 4 No.1, 27-34.
- Fatimah, Feti, Dkk. (2019). Pemetaan Pasar Dan Strategi Pemasaran Secara Islami Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah, *Jurnal Ekonomi*. Vol 15, No. 2, 338-345.
- Haque-Fawzi, Iskandar, Erlangga, & Sunarsi. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang : Pascal Books.

- Hanaf. M. Hamdun i. (2003). *Manajemen*. Yogyakarta : Unit Penerbit.
- H, Ahyani, H., & M, Slamet. (2021). Respon Dunia Barat Terhadap Ekonomi Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 2. No 2.
- Huda, Nurul, Dkk. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Kencana.
- <https://www.suara.com>. (diakses pada tanggal 4 September 2022).
- Jasman & Agustin, Rini. (2018), “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang di Pasar Tradisional)”. *Jurnal Khozana*, Vol 1 No 1, 66-74.
- Kartajaya, Hermawan & Syakir, Muhammad. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung :PT Mizan Pustaka.
- KotlerPhilip dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip MarketingEdisi KeTujuh*: Jakarta, Salemba Empat.
- Kotler, Philip & G. Armstrong. (1997). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mardasari, Leka Ayu (2020). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha Pada Konveksi Wijaya Di Desa Botoran Tulungagung Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal*, Vol 7, No 2, 116-117.
- Masripaha, Imas & Nurochani, Nila. (2021). Strategi Pemasaran Islami terhadap tingkat Penjualan Busana Muslim di Toko Hijab Bilqis Ciamis, *Jurnal*. Vol 1, No.1, 76-85.
- M. Arifin. (2008). *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Bumi Aksara.

- Mubarok, Nurul & Maldina, Eriza Yolanda. (2017). Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *Jurnal*. Vol 3, No. 1, 81-90.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasution, Mustofa Edwin, Dkk. (2014). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Qardhawi, Yusuf. (1997). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta : Gema Insani.
- Rangkuti, Freddy. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santi, Mei (2019). Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksyar: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 7. No 01.
- Saputra, Hendra & Kaharudin, M. Robby. (2021). Analisis Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal*. Vol 2, No.2,148-149.
- Saifudin, Muh Chusnul. (2020). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kaos (Studi Kasus di Perusahaan Keysha Barokah). *Jurnal*. Vol 8, No 1, 5-6.
- Sudarsono, Heri. (2008). *Konsep Ekonomi Islam suatu Pengantar*. Yogyakarta : UII.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Suryana. (2003). *Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : PT Salemba Empat.
- Sunarto. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.
- Syakir, Muhammad. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung : Mizan Pustaka.
- Swasta, Basu & Irawan. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Solihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.
- Stoner, James A.F. (1992). *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, Abdul Halim. (2015). *Manajemen Strategis Syariah: Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Wibowo, Dimas Hendika & Arifin, Zainul. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi pada Batik Diajeng Solo). *JurnalManajemen*, Vol 29, No.1.
- Yusanto, Muhammad Ismail & Widjajakusuma, Muhammad Karebet. (2012). *Menggagas Bisnis Islami*. Cet 1. Jakarta: Gema Insani Press.
- Zainal, Veithzal Rivai, Dkk. (2017). *Islamic Marketing Management (Perkembangan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Bumi Aksara.