

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2019). Manajemen bisnis.
- Antasari, D. W. (2019). Strategi pemasaran dan pengembangan bisnis online (Studi kasus Kediri). *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 151-158.
- Assauri, S. (2015). Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi.
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K., & Shapiro, D. (2017). Marketing meets Web 2.0, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy. *Business horizons*, 55(3), 261-271.
- Blanchard, O. (2015). Social Media ROI Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Brata, S. S. (2020). Metodologi Penelitian, Jakarta: CV.
- Buchari, A. (2017). Pengantar bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, A., & Priansa, D. J. (2017). Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Debiyantina, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN DI MINI MARKET CHECE KAB. MUKOMUKO DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Departemen Agama, R. I. (2018). Al-qur'an. *Dan Terjemahnya*.

Departemen Agama, R. I. Al Qur'an dan Terjemahnya (Ayat Pojok Bergaris),  
Semarang, CV. Asy Syifa.

Edwin, M. (2017). Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam. Jakarta: Prenada Media  
Group.

Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran  
Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.

Gea, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel  
Mediasi (Studi Kasus pada Caritas Market Gunungsitoli). *Jurnal EMBA:  
Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).

Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022).  
STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal  
Books.

Heriawan, T. (2018). Analisa kreatifitas pelaksanaan strategi pemasaran pada usaha  
retail business (bisnis eceran) untuk usaha mini market konvensional di  
Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 9(1), 58-69.

Hermon, A. P. (2017). PERSEPSI RISIKO SEBAGAI MEDIASI HUBUNGAN  
ANTARA DISKON DAN NIAT BELI: STUDI KASUS PADA PRODUK  
IPHONE YANG DIJUAL DI LAZADA. CO. ID (Doctoral dissertation,  
UAJY).

Idri, H. (2023). Prinsip-prinsip ekonomi Islam. Prenada Media.

Idris, M. (2021). Apa Itu Pemasaran: Definisi, Jenis, Fungsi, dan Contohnya.

Halaman situs: <http://kmp.Im/AGCBx6>.

Ie, H., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2018). Penerapan Strategi Promosi Pada

Pemasaran Produk Federal Parts Cv. Kanaka Jaya Manado. *Jurnal EMBA:*

*Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).

IZZUDIN, M. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN

DAYA TARIK PELANGGAN PADA CAFE BLUMM DI KABUPATEN

JOMBANG.

Jasman, J., & Agustin, R. (2018). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi

Islam (Studi Kasus Pedagang di Pasar Tradisional). *KHOZANA: Journal of*

*Islamic Economic and Banking*, 66-95.

Jumaidi, L. T., & Jalaludin, M. A. (2019). EKSISTENSI MINIMARKET

TERHADAP KELANGSUNGAN USAHA TOKO KELONTONG DAN

WASERDA. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(2).

Junaidi, H. (2018). Metode Penelitian Berbasis Temukenali. Palembang: CV.

Amanah.

Karamang, E. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image

Terhadap Keputusan Memilih Pada Sekolah Bisnis Di Bandung.

*MANNERS (Management and Entrepreneurship Journal)*, 5(1).

Kuncoro, M. (2016). Mudrajad Kuncoro, Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan

Kompetitif,(Jakarta: erlangga) hal. 12 11. Jakarta: Erlangga.

- Nikita, N. I. (2022). ANALISIS EFISIENSI BIAYA DISTRIBUSI PRODUK UNILEVER TAHUN 2018-2020 PADA PT. ARINA MULTIKARYA SURABAYA. *JUMBA (Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi)*, 1(2), 68-78.
- Novianti, A. M. (2018). *Etika Bisnis Islam: Analisis Strategi Pemasaran Bozzmen Cafe Palembang Dalam Menarik Minat Konsumen* (Palembang: UIN).
- Panjaitan, A. M., Jobiliong, E., & Jony, J. (2015). Strategi Peningkatan Jumlah Konsumen di Rumah Makan Long's Food. *Journal Industrial Servicess*, 1(1).
- Perwitasari, M. R., Nurhasanah, N., & Julia, A. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Karakteristik Pemasaran Syariah (Studi Kasus Pelanggan Bunker Rabbani Bandung Raya).
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96-124.
- Rivai, V. (2017). *Islamic Marketing*.
- Sahla, H., Sayuti, M., Syahputra, R., & Arif, A. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*, 5(2).
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). *Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sudarsono, H. (2020). Konsep ekonomi Islam: suatu pengantar. Ekonisia.
- Sugiyono, D. (2016). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono, S. (2016). Metode Penelitian Kualitatif . Bandung: Alfabeta. Google Scholar Alfabeta.
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2016). Syariah marketing. Mizan Pustaka.
- Sumarsono, H. S. (2018). Metode riset sumber daya manusia.
- Swastha, B. (2017). Irawan. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta.
- Waninghiyun, A. H. (2018). Peran Promo Diskon Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ditinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri Angkatan 2015) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2017). Ekonomi Mikro Islam. *Bandung: Pustaka Setia, 201.*
- Zainal, V. R., Djaelani, F., Basalamah, S., Yusran, H. L., & Veithzal, A. P. (2017). Islamic Marketing Management. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2015). Menjelajahi Riset Pemasaran (Edisi 10, Buku 1). Salemba Empat, Jakarta.