

## Daftar Pustaka

### Buku

Adiningsih, S. (2001). *Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*

Alansori, Apip dan Erna Listyaningsih. (2020). *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Yogyakarta : Andi offset.

Amrin, Abdullah. (2009). *Bisnis, Ekonomi, Asuransi dan Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia.

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Pendapatan Nasional Indonesia 2008-2022*, Jakarta : Badan Pusat Statistik

Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta

Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko Hani. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.

Fandi Tjiptono. (2014) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kartajaya, Herman dan Muhammad Syakir Sula. (2006) *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.

KemenkopUKM Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) tahun 2018 – 2019

Kotler, Philip dan Gray Armstrong (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Terj. Bob Sabran, Jakarta : Erlangga.

Muhammad Alfian. (2011). *Filsafat Etika Islam*, Bandung: Pustaka Setia.

Rafik Issa Beekun. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ridhahani. (2020). *Metodologi Penelitian Dasar bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula*, Banjarmasin: Pascasarjana UIN Banjarmasin.

Salim dan Syahrums. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media

Soedrajat, Setyo. (1994). *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, Jakarta: Ikral Mandiri Abadi.

Sofjan, Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran: Konsep, Dasar dan Strategi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

William J. Stanton. (1991). *Prinsip Pemasaran*, Terj. Wilhelmus W. Bokowatun. Jakarta : Erlangga,

Zen, Abdurahman. (2011). *Strategi Genius Marketing ala Rasulullah*. Jogjakarta: DIVA Press,

## **Jurnal**

Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). "Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang," *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 1(1), hlm. 120

Anggraeni F.D., Hardjanto I & Hayat A. (2015). *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kel. Pandanwangi Kec. Blimbing, Kota Malang)*, *Jurnal Administrasi Publik*, 1 (6), hlm. 1286-1295

Harahap, S. (2000). *Implementasi Manajemen Syariah Dalam Fungsi-Fungsi Manajemen*, *Journal of Visual Languages & Computing*, 11 (3), hlm 287–301.

Muhammad Arham. (2010). *Islamic Perspective on Marketing*, *Journal of Islamic Marketing*, 1 (2) hlm. 149-164.

Tamamudin. (2014). *Merefleksikan Teori Pemasaran ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah*, *Jurnal Hukum Islam*, 12 (2), hlm. 273-285.

Wibowo, Dimas Handika dkk. (2015) *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. Jurnal administrasi bisnis, 29 (1), hlm 59 – 66