

DAFTAR PUSTAKA

- Alserhan, B. A. (2017). *The principles of Islamic marketing*. Routledge.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431-444.
- Arham, M. (2010). Islamic perspectives on marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 149-164.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek.
- Cahyono, H. (2020). Konsep Pasar Syariah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 1(2), 14-27.
- Dasaraju, H., & Tambunan, T. T. Role of Micro, Small and Medium Enterprises in Achieving SDGs.
- Dikutip dari <https://palembang.tribunnews.com/2022/07/06/16-nama-toko-pempek-di-kampung-pempek-26-ilir-palembang-harga-mulai-rp-1000-pas-untuk-oleh-oleh> diakses pada 10 September 2024.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Estefany, N. V., & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181-195.
- Fathoni, A. (2006). *Metodelogi penelitian*. Jakarta: rineka cipta.
- Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.
- Haris, H. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial (P. Admi, Ed.). *Jakarta: Salemba Empat*.
- Hassan, A., Chachi, A., & Abdul Latiff, S. (2008). Islamic marketing ethics and its impact on customer satisfaction in the Islamic banking industry. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 21(1).
- Istiatin, I., & Marwati, F. S. (2021). Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha Umkm Dan Ekonomi Kreatif Di Era New Normal Di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 129-140.

- Izzuddin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 25-33.
- Kartajaya, H., Sula, M. S., & Hasan, A. (2013). *Syariah Marketing*. Mizan Publishing.
- Kotler, P. (2007). Keller, KL Marketing management. *Upper Saddle River, New Jersey*.
- Kotler, P. (2019). Keller. KL (2016): *Marketing Management* 15th.
- Latifah, F. N., Maika, M. R., & Ariyanti, N. (2019). PKM Geo UMKM Desa Kenongo. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 259-266.
- Lembang, R. D., & Sugiono, S. (2010). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek teh botol sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP).
- Michael, A. (2010). Armstrong's Essential Human Resource Management Practice. *A Guide to people management*.
- Ncube, C. B. (2016). Three centuries and counting: The emergence and development of intellectual property law in Africa. *The Oxford Handbook of Intellectual Property Law (Oxford University Press Forthcoming)*.
- Nurfauzia, V., & Fikriyah, K. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 82-95.
- Philip, K. (1994). *Marketing management: analysis planning implementation and control*.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.
- Putra, M. S. P., & Astawa, I. N. D. (2022). Profil industri pariwisata dan ekonomi kreatif provinsi bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(2), 234-248.
- Putra, N. (2011). Penelitian kualitatif: Proses dan aplikasi. *Jakarta: Indeks*.
- Quranweb Id." n.d., <https://quranweb.id/45/18/#nonnull>.

- Rice, G. (1999). Islamic ethics and the implications for business. *Journal of business ethics*, 18, 345-358.
- SAMUELSON, P. A. (2010). a William D. NORDHAUS. Economics. 19. vyd.
- Sani, A. A., Wicaksana, R. S., & Ilmiah, D. (2019). Implikasi ADIBA MSME Sebagai Instrumen Channeling Masyarakat UMKM Dalam Menggunakan Layanan Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 2(2), 38-49.
- Smith, A. (1776). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations, London: W. Strahan and T. Cadell.
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta, 2013. *Jurnal JPM IAIN Antasari Vol*, 1(2).
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2006). *Syariah marketing*. Mizan Pustaka, 4-7.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117-1127.
- Tambunan, T. (2002). *Usaha kecil dan menengah di Indonesia: beberapa isu penting*. Salemba empat.
- Wulandari, R., Choiriyah, C., & Meriyati, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Syariah terhadap Perkembangan UMKM Dapoer Kemas Nyimas pada Masa Pandemi COVID-19 di Palembang Tahun 2020-2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 463-474.
- Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 42-48.
- Zulfikri, A., & Farihah, S. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Untuk Augmented Products (Studi Kasus Hotel Sakinah). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(01), 30-45.