

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, U. DKK. (2020). kepemimpinan dalam bisnis islam. Jurnal ilmu ekonomi islam, Vol.3 No.2. Diakses melalui <http://ejournal.iainukebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/236?articlesBySameAuthorPage=2> tanggal 15 september
- Assauri Sofjan, (2013) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Rajawali
- Asnawawi, N. dan Fanani, M. A. (2017), *Pemasaran syariah*, Depok : PT. RajaGrafindo Persada.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Prespektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*. Bandung : Alfabeta CV
- Efendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan, vol.1. Tangerang: Jurnal ilmiah Feasible, Diakses melalui <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/2268/1863> tanggal 1 september 2021
- Elyani, R dan Hermanto, (2016), Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express Pada PT. SAP. Jakarta, Jurnal Metris, diakses melalui <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/metris/article/view/471> tanggal 3 April 2022
- Fatma, N. DKK. (2019). Pengaruh Interpretasi Konsumen Dalam Bauran Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Produk Shampo Sari Ayu Hijab) PT. Martina Berto. Tbk. Martha Tilaar. Bogor: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Diakses melalui <https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/jei/article/view/673> tanggal 10 september 2021
- Fathoni, M.A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspekif Hukum Islam. Jakarta : Jurnal Hukum Dan Syariah Vol. 9 No.1. Diakses melalui <https://ejournal.uin->

- malang.ac.id/index.php/jurisdictie/article/view/5135/pdf tanggal 10 mei 2022
- Gunara, T dan Sudibyo, U. H. (2019) . *Marketing Muhammad Strategi Andal Dan jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw* Bandung : Madania Prima.
- Hermawan, S dan Amirullah.(2016) *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Malang : Media Nusa Creative.
- Ibrahim, D, (2019). *Al qaqa'id Al fiqhiyah (kaidah-kaidah fiqih)*, Palembang : CV.Amanah
- Irfan, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Terhadap Penigkatan Volume Penjualan Pada PT. Clarimond Astro Makassar. Makasar: *Journal of management*, Vol. 4, Issue.2. Diakses melalui <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/855/512> tanggal 1 semtember.
- Ismanto, I. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pamulang: UNPAM PRESS.
- Kaharuddin. (2021). Kualitatif ciri dan karakter sebagai metodologi. Makasar: Jurnal Pendidikan. Vol. IX, Issu.1, hlm 2. Diakses melalui <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/4489>, tanggal 1 Desember
- KBBI Daring, Pemasaran, <https://kbbi.kata.web.id/pemasaran/>. Diakses pada tanggal 10 April 2022
- Kurniawan, D. A. dan Abidin, M. Z. (2018) *Pengantar Pemasaran Islam*. Ponorogo : Universitas Darussalam Gontor.
- Kasmir, (2012), *manajemen perbankan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam. Pasaman: Jurnal At-Tasyr'iy, Vol. 2, No. 1, hlm Diakses melalui <https://jurnal.staiyaptip.ac.id/index.php/At-Tasyriiy/article/view/78> tanggal 9 september 2021
- Margie, L. A. (2020) *Pengantar Bisnis*. Tanggerang : UNPAM PRESS.
- Maro'ah, S. dkk, (2019), *Buku Ajar Marketing Syariah*, Qiara Media.
- Mohammad, R dan Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (marketing Mix) dalam Prespektif Syariah.Gorontalo : Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 2, No

- 2, hlm 20. Diakses melalui <https://e-journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/mutawazin/article/view/234> tanggal 13 september.
- Nafiuddin. (2018). Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad SAW Presfektif Bisnis Syariah. Bekasi : Jurnal bisnis dan manajemen islam, Vol.6, No.2, hlm 118. Diakses melalui <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/4895> tanggal 15 september
- Noviyanti, E dan Suprajang S. E. (2015). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dan Keputusan Pembelian Pada UD.Prima Tulungagun. Tulungagun : RIKMIK, Vol. 2, No.1 hlm 40. Diakses melalui <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/229>, tanggal 15 september
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. edisi I. Surakarta : Cakra Book
- Nurhadi. (2017) Pengaruh Pelayanan Dan Produk Jasa Terhadap Komitmen Penerimaan Nasabah. Tangerang : Jurnal Moneter. vol. IV, hlm 85. Diakses melalui <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter/article/view/1951>, tanggal 10 sempتمبر 2021
- Pertiwi, M. I. DKK. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. Malang : Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 37, No. 1, Diakses melalui <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1447>, tanggal 11 september
- Pitanatri, P. D. S. (2019). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bali : Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Putra, P dan Hasbiyah, W. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok : PT Rajagrafindo Persada.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manejemen Pemasaran* Denpasar : Universitas Udayana
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin : Antasari Press
- Rahman, M. T dan Mustari, M. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta : LaksBang Pressindo
- Rahmawati, R. DKK. (2020) .Analisis Promosi Syariah Terhadap Praktik Promosi Top Spender Wardah Di Marketplace Blibli.com. Bandung : Prosiding

- Hukum Ekonomi Syariah Vol 6, No. 2, hlm 618. Diakses melalui http://karyai.lmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/23869/pdf tanggal 13 september
- Rokan, M. K. (2013). *Bisnis Ala Nabi*. Yogyakarta :PT Bentang Pustaka.
- Rompis, D. DKK. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tridjaya Mulia Sukses. Manado : Jurnal EMBA Vol.5, No.3. Diakses melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/17356>, tanggal 14 september
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. Madura: Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol. 6, No. 2, hlm 49-54. Diakses melalui <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6686> tanggal 1 september 2021
- Sembaring, R. (2014). *Pengantar Bisnis*. La Goods Publishing
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitati dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Syaikh, DKK. (2020) *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta : K-Media
- Tafsir jalalayn
- Tjiptono, F. (2015), *Strategi Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Terjemah Kemenag RI
- Tyas, M. A dan Prasetyo, A. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Menjadi Mitra Prespektif Islam Pada BMT Beringhargjo Cabang Madiun. Surabaya : Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 1, No. 7, hlm 490. Diakses melalui <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/513>, tanggal 13 september 2021
- Wibowo,D.E dan Mandusari, B.D. (2018),” Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Di Kota Pekalongan,” Indonesia Journal Of Halal (IJH), hlm 75. Diakses melalui <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ijh/article/view/3400>

- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Konunikasi Pemasaran*. Jakarta : FEB-UP Press
- Yolanda, F dan Dwiridjhotjahdono, J. (2020).Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antena HDF Surabaya. Surabaya : Jurnal Manajemen Akutansi, Vol. 16, No.1. Diakses melalui <https://ojs3.umc.ac.id/index.php/VL/article/download/1841/1222>, tanggal 9 september 2021
- Zahroh, F dan Nafik, M. (2015) Nilai Fathonah Dalam Pengelolaan Bisnis Di Pesantren Mukmin Mandiri SidoarjoI. Surabaya : Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol.2 No.2, hlm 751. Diakses melalui <https://ejournal.unair.ac.id/JESTT/article/view/659> tanggal 15 september
- Zainurosssalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Lombok Tengah : Forum Pemuda Aswaja.
- Zaki, K. (2020). *Manajemen Syariah*. Purwokerto :CV Amerta Media.