

## DAFTAR PUSTAKA

- Assuari S, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali, 1993), h. 19
- Atmoko, “*Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta*”, 83.
- Azisun Hamid, *Analisis Strategi Pemasaran Syariah untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Basreng Tiram dan Sate Jamur Tiram di daerah Pondok Kubang Kabupaten Bengkulu*, Skripsi, (Bengkulu: Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), h. 17-19
- Azwar, Syaifuddin, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajara, Yogyakarta, 2004, 7.
- Boyd, dkk, (2000) “*Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Oriental Global*”:Jilid 1, Jakarta: Erlangga, h.17
- Dharmmesta dan Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, 119.
- Diharpi, Ayu, dkk, (2019) “*Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Pangsa Pasar Industri Keuangan Syariah Non-Bank*”. *Jurnal Iqtisaduna*,Vol. 5 No. 2, h.172
- Felicia Y, Jojok D. (2017). “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Antenna HDF Surabaya*”: *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol, 16 No, 1. h 233.
- George Stainer dan John Milner, *Management Strategic*, Jakarta: Erlangga, h. 70
- Hanafi, Hamdun M, (2003) “*Manajemen*”, Yogyakarta: Unit Penerbit, h. 136
- Ika R, M. Yusuf Azwar A, Yulianti, M. Manan. (2021) *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Manajemen Pemasaran*.Vol, 7 No, 2, h. 136-140
- Irawan Dedi, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), h. 30
- Istiqomah, Irsyad.A, (2017) *Analisis Swot dalam Pengembangan Bisnis(Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)*: *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol, 5 No,2, h. 370
- Jazilinni’am, Naili. (2022)“*Analisis Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Ekonomi Syariah UMKM Hasma Jaya Lestari*”,*Journal of Economics and Business Innovation*, Vol 2, No 1, Maret, hlm. 19-20.
- Mukhammad, Saekan. (2017), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. 1, Nora Media Enterprise, Kudus, h. 9.

- Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina. (2017) ‘*Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista*’, No. 1, hlm. 75
- Putri Budi Rahayu, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Universitas Udayana, 2017) hal. 1
- Q.S. An-Nissa/4:29
- Rachmawati, Rina. (2011) *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix): Jurnal kompetensi Teknik*.Vol, 2 No, 2, h. 145-147.
- Rahmat, Nurmuizz, (2020) “*Analisis Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Pengembangan Kopi Robusta dan Arabika Temanggung*”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1, h. 3
- Saleh Muhammad, Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*.(Makasar: CV. Sah Media, 2019), h. 9
- Slamet W. (2018). “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle): Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*. Vol, 4 No, 1. 86.
- Subaktilah, Yani, dkk. *Analisis SWOT: Faktor Internal dan Eksternal pada Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu*, h. 111-114
- Sugiyono, *Memahami Penelitian kualitatif*,(Bandung:Afabeta, 2015),72.
- Suryana, “*Kewirausahaan*”, (Jakarta: Salemba Empat Patria, 2006). Hlm. 173-174
- Syahrudin, Syahrudin. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Ar-rahndi Pegadaian Syariah Dompu dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Vol, 2. (2021). h. 297-298
- Vandita, Lalu Yoga. (2021) “*Strategi Pemasaran Persefektif Etika Bisnis Islam*”, No. 2, November 2021, hlm. 127.
- Wibowo, dkk., “*Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*”, 59