

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- Agung, Ivan Muhammad. “Memahami Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Psikologi Sosial.” *Jurnal Buletin Ilmiah Psikologi* 1, no. 2 (2020): 69
doi: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/Psikobuletin/article/view/9616>
- Agustin, Hamdi, *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Dan Suatu Pendekatan Praktif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Bilung, Septinor. “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda pada CV. Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur.” *E-Journal Administrasi Bisnis* 4, no. 1 (2016): 120 doi: [https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/02/Jurnal%20Septi%20\(02-11-16-05-36-45\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/02/Jurnal%20Septi%20(02-11-16-05-36-45).pdf)
- Duha, Timotius. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Fadilah, Nur. “Pengertian, Konsep Dan Strategi Pemasaran Syariah.” *Jurnal Salimiyah* 1, no. 2 (2020): 197-202 doi: <http://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/168>
- Fadly, Hawangga Dhiyaul. “Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding di Tengah Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ecoment Global* 5, no. 2 (2020): 213-214 doi: <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Fitriyani, Ika, Nining Sudiyarti, M. Nur Fitroh. “Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19.” *Indonesian Journal Of Sciences and Humanities* 1, no.2 (2020): 88 doi: <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/106>
- Gemilang, Galang Surya. “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bimbingan dan Konseling.” *Jurnal Fokus*

- Konseling* 2, no. 2 (2016): 145-157 doi: <file:///C:/Users/acer/Downloads/218-626-1-PB.pdf>
- Ghazali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama, 2016.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Gitosudarmo, Indriyono. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 2003.
- Hamid, Edy Sunandi, Y. Sri Susilo. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 12, no. 1 (2011): 48 doi: <http://journals.ums.ac.id/index.php/JEP/article/view/204>
- Hardilawati, Wan Laura. "Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* 10, no.1 (2020): 91 doi: <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/jae/article/view/1934>
- Hutabarat, Esterlina. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan." *Jurnal Ilmiah Methonomi* 13, no. 1 (2017): 112-114. doi: <http://www.methonomi.net/index.php/jimetho/article/view/26>
- Kereh, Feibe, Altje L. Tumbel, Sjendry S.R Loindong. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio pada PT. Hasirat Abadi Outlet Yamaha Sam Batulangi." *Jurnal Emba* 6, no. 2 (2018): 969-970 doi: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20024>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenial Edisi 1*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2004.
- Leli, Maisarah. "Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam" *Jurnal At-Tasyri'iy* 2, no.1 (2019): 28-36 doi: <http://jurnal.stai-yaptip.ac.id/index.php/At-Tasyriiy/article/view/78>
- Lestari, Putri. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing

- Saat Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manova* 2, no. 2 (2020): 24 doi: <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MANOVA/article/view/301>
- Lestari, Warni, Sitti Musyahidah, Rabaniah Istiqamah. “Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1 No.1 (2019): 73 doi: <http://jurnaljiebi.org/index.php/jiebi/article/view/5>
- Lusinta, Aisa Diaz Adhe, Titin Titin, Luluk Nur Azizah. “Analisis *Segmenting, Targeting dan Positioning* Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global pada UKM Kacang Mede “Bawang Mas” Surabaya.” *Jurnal Penelitian Manajemen*, Vol.4 No.2 (2019): 910 doi: <https://www.jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/249>
- Makmur, Saprijal. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian.” *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 3, no. 1 (2015): 44 doi: <https://media.neliti.com/media/publications/58203-ID-strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan-vo.pdf>
- Masatip, Anwari. “Analisis Strategi Pemasaran Hotel Inna Parapat Dalam Situasi Pandemi Covid-19.” *Jurnal Akademik Pariwisata Medan* 8, no. 2 (2020): 152 doi: <http://ejurnal.poltekparmedan.ac.id/index.php/jiapm/article/view/85>
- Masrus, Muhamad, Agus Arwani, “Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Batik Kelurahan Banyurip Pekalongan dengan Pendekatan *Marketing Mix* Berbasis Syariah” *Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 4 No.1 (2019): 53 doi: <https://ejournal.iainkendari.ac.id/lifalah/article/view/1345>
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1989.
- Muali, Chusnul, Khoirun Nisa. “Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial: Kontestasi Strategis Peningkatan Daya Jual” *Jurnal Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2019): 174 doi:

- file:///C:/Users/acer/Downloads/2019_ChusunulNisa_Pemasaran.pdf
- Mubarok, Nurul, Eriza Yolanda Maldina. “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista.” *Jurnal I-Economic* 3, no.1 (2017): 75-80 doi: <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ieconomics/article/view/1480>
- Munadi, Fandi Ahmad. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Kendaraan Motor pada CV Turangga Mas Motor.” *Journal Of Economics* (2008): 1-4. doi: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51418858/Artikel_10205462.pdf?1484795355=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D
- Mundir, Abdillah, Nur Muhammad Zamroni, “Pengaruh Syariah Marketing Terhadap Motivasi Menabung Nasabah Pada Produk Tabungan Mudharabah Di Bmt Masalah Capem Sukorejo Kabupaten Pasuruan.” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.8 No.1 (2016):122 doi: <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/malia/article/view/366>
- Nasuka, Moh, “Konsep *Marketing Mix* Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, Vol.5, No.1 (2020): 36 doi: <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bisei/article/view/717>
- Nazir, Muhammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Noor, Syamsudin. “Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang.” *Jurnal Intekna*, no. 2 (2014): 104 doi: [file:///C:/Users/acer/Downloads/181-339-1-10-20150227%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/181-339-1-10-20150227%20(1).pdf)
- Nurcholifah, Ita. “Strategi *Marketing Mix* Dalam Perspektif Syariah.” *Jurnal Khatulistiwa* 4, no.1 (2014): 79-84 doi: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55795190/Jurnal_Marketing_Syariah.pdf?1518554929=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D
- Nurhadi, Agus Salim. “Strategi Bauran Pemasaran Industri Tempe Dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kabupaten Sri

- Indrapura Provinsi Riau.” *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 3, no.2 (2019): 143-152. doi: <http://103.55.216.56/index.php/almashrafiah/article/view/9290>
- Nurhayati. “Memahami Konsep Syariah, Fikih, Hukum dan Ushul Fikih.” *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2018): 128 doi: <https://jurnal.unismuh.ac.id/index.php/jhes/article/download/1620/1315>
- Rachmawati, Rina. “Peranana Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran).” *Jurnal Kompetensi Teknik* 2, no.2 (2011): 145-147 doi: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38643336/BAURAN_PEMASARAN.pdf?1441184125=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Rijali, Ahmad. “Analisis Data Kualitatif.” *Jurnal Alhadharah* 17, no. 33 (2018): 9 doi: <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/2374/1691>
- Rosyida, Afnani, Tian Heriyani, Irfan Fuadi, Halifa Dinia. “Strategi *Segmenting, Targeting Dan Positioning: Study On* PT. Sidomuncul” *Journal Of Islamic Economic Scholar*, Vol.1, No.2 (2020): 110 doi: <http://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/JIES/article/view/1196>
- Sari, Nuri Anjar dan Susi Indriyani, “Pengaruh Syariah Marketing, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Bandar Lampung” *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis* 1, No.1 (2020): 82
Doi: <http://www.jurnal.umitra.ac.id/index.php/JEBI/article/view/359/245>
- Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo, 2010.
- Setiawan, Wilson. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2, no. 1 (2014): 2 doi:

- <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1799>
- Shabastian, M Ariza, Hatane Samuel, M.S. “Pengaruh Strategi Harga Dan Strategi Produk Terhadap *Brand Loyalty* Di Tator Cafe Surabaya Town Square.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1 No.1 (2013): 2 doi: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/141>
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: Cv. Nata Karya, 2019.
- Subadi, Tjipto. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Dan Praktiknya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. “Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia.” *Jurnal Brand 2*, no. 1 (2020): 148 doi: <http://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/607>
- Tirtayasa, Satria, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid-19” *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol.4, No.1 (2021): 109 doi: <http://journal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6712>
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- Tresnati, Ratih, Nina Maharani. “Kajian Tentang Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penguatan Daya Saing UKM Menghadapi AEC 2015 di Indonesia.” *Proceedings SNEB* (2014): 6-7 doi: http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_a_bstrak/Isi_Artikel_935260047177.pdf
- Untari, Dewi, Dewi Endah Fajar, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Diskriptif Pada Akun @Subur_Batik)” *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*,

Vol.2, No.2 (2018): 272 doi:
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>

- Wibowo, Dimas Hendika, Zainul Arifin, Sunarti. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM” *Jurnal Administrasi Bisnis* 29, no. 1 (2015): 2-61 doi: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>
- Wijaya, Hari, Hani Sirine, “Strategi *Segmenting, Targeting, Positioning* Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap.” *Journal Of Inovation And Entrepreneurship*, Vol.1 No.3 (2016): 176 doi: <https://journal.uji.ac.id/ajie/article/view/6996>
- Yuliana, Rahmi. “Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Sepeda Motor Matic Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang.” *Jurnal Stie Semarang* 5, no. 2 (2013): 81-83 doi: <https://www.neliti.com/publications/132143/analisis-strategi-pemasaran-pada-produk-sepeda-motor-matic-berupa-segmentasi-tar>

