

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Konsep Dasar Penelitian Kualitatif. In E. D. Lestari, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 8). Sukabumi: CV Jejak.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Pers.
- Cummins, J., & Mullin, R. (2004). *Sales Promotion: Menciptakan, mengimplementasikan, dan mengintegrasikan program promosi penjualan*. Jakarta: PPM.
- Departemen Agama RI. (2007). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: CV. Toha Putra.
- Hardiansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Jarifin, A. (2019). *88 Strategi Bisnis Ala Rasulullah yang Tak Pernah Rugi*. Yogyakarta: Araska.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. Kendalville: Pearson Education.
- Muda, I., Dalimunthe, D. M., Fadli, & Syarief, F. (2010). Analisis Data: untuk Riset Manajemen dan Bisnis. In S. H. Situmorang, *Analisis Data* (p. 1). Medan: USU Press.
- Nazarudin. (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Prasojo, L. D. (2018). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UNY Press.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.

- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sutedi, A. (2014). *Pasar Modal Syariah: Sarana Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Syafe'i, R. (2001). *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

Jurnal

- Br Purban, M. A., & Satria Putri, B. P. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Respon Khalayak Pengguna Aplikasi LinkAja (The Effect of Sales Promotion Toward Response of LinkAja Application Users). *e-Proceeding of Management Vol. 7 No. 2*, 10-11.
- Dalihe, M. P., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2017). Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying pada Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA Volume 5 Nomor 3*, 3539.
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Maldina, E. Y. (2017). Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *Jurnal I-Economic Vol. 3 No.1*, 74.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4*, 2338.

- Muzaiyin, A. M. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri). *Jurnal Qawanin Volume 2 Nomor 1*, 76.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan vol. 2 No. 2*, 120.
- Prihartono, A. W. (2016). Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media pada Solopos). *Channel Vol. 4 No. 1*, 107.
- Putri, N. L., & Atnam, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Grab Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Followers Grab di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management Vol. 6 No. 3*, 6506.
- Rahim, R., & Nirwana, S. (2020). Strategi Mewujudkan Pasar Niaga Daya Menjadi Pasar Islami Berbasis FAST (Fathonah, Amanah, Siddiq, Tabligh) di Daya Kota Makassar. *Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam Volume 3 Nomor 1*, 66-67.
- Razati, G., & Ruhimat, R. (2008). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pengguna Kartu Kredit BNI (Survei pada Dosen FPIPS UPI Pengguna Kartu Kredit BNI'46. *Jurnal Strategic Pendidikan Manajemen Bisnis Vol.7 No. 14*, 21.
- Rumambi, L. J. (2007). Faktor yang Mempengaruhi Sikap Audience Terhadap Product/ Brand Placement dalam Acara TV (Studi Kasus Indonesian Idol 2007 & Mamamia Show 2007). *Jurnal Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*, 53.
- Rusmadi. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia Vo. 1 No. 4*, 75-76.
- Shabiran, L. M., & Herwanti, T. (2017). Etika Bisnis Pedagang pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam Volume 2 Nomor 1*, 85.
- Suhendi, H. (2017). *Fiqh Muamalah*. Depok: Rajawali Pers.

- Tho'in, M. (2016). Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (Studi Kasus pada BNI Syariah Surakarta). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Volume 2 Nomor 3*, 164.
- Usman, I., & Arnando, R. A. (2007). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Repurchase Melalui Trial dengan Moderasi Fear of Losing Face pada Sogo Department Store surabaya. *Ekuitas Volume 11 Nomor 2*, 179.
- Zahroh, F., & HR, M. N. (2015). Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo. *JESTT Volume 2 Nomor 9*, 8.

Undang-undang

- Menteri Keuangan RI. (2009). *Peraturan Menteri Keuangan RI Tentang Biaya Promosi dan Penjualan yang Dapat Dikurangkan dari Penghasilan Bruto*. Jakarta: Menteri Hukum dan HAM RI.
- UU RI. (n.d.). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta.

Internet

- Wikipedia. (2020, Maret Rabu). *Kubangpari, Kersana, Brebes*. Retrieved Februari Kamis, 2021, from Wikipedia: <https://id.m.wikipedia.org>

Wawancara

- Bapak Bahrn selaku pemilik toko pertanian Tani Berkah. 25 Maret 2021. 10. 00 WIB.
- Saudara Masyudi selaku pramuniaga toko pertanian Tani Berkah. 25 Maret 2021. 13. 00 WIB.
- Saudara Maulana selaku pramuniaga toko pertanian Tani Berkah. 25 Maret 2021. 13. 00 WIB.
- Bapak Feri selaku *sales* toko pertanian Tani Berkah. 26 Maret 2021. 11. 00 WIB.
- Mba Erin selaku *sales* toko pertanian Tani Berkah. 26 Maret 2021. 15. 00 WIB.
- Ibu Suhin selaku konsumen toko pertanian Tani Berkah. 27 Maret 2021. 11. 00 WIB.
- Bapak Satsun konsumen toko pertanian Tani Berkah. 27 Maret 2021. 11. 30 WIB.