

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Agusrina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya (UB) Press.
- Alamsyah, N., sanusi, & Heriyanto, N. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Supplier Kusen Aluminium dengan Metode SWOT (Studi Kasus di CV. Pillar Jaya Sentosa)*. *Kreatif Industri*, 3, 69-78.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabet.
- Amin, M. (2013). *Tafsir ayat Ekonomi: Teks, Terjemah dan Tafsir*. Jakarta: Amzah.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Vol. 1). (A. Sindoro, & B. Molan, Trans.) Jakarta: Prenhalindo.
- Anoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariwibowo, & Eko, M. (2019). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business.*, 181-190.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cahyono, P. (2016). Implementasi Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Dengan Menggunakan Metode SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan Dan Kematian Pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 129.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danang, S. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Yogyakarta: CAPS.
- Dawabah, A. M. (2010). *Al-Iqtisad al-Islamiy: Madkhal wa Manhaj*. Cairo: Dar al-Salam.
- Fadilah, Kalimah, S., & Nur. (2018). Marketing Syariah : Studi analisis Produk Kenzie di Gudo Jombang. *An-Nisbah*, 1-29.

- Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurisdiction: Jurnal Hukum dan Syariah Vol. 9 No.1*, 128-146.
- Fauziah, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: kencana.
- Gitosudarmo, I. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Gitosudarno, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Iskandar K. dan Andriyani W. 2014. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Batubara pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara Jakarta. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol. 7 No. 1 Februari 2014.
- Ismiyati, Gunawan, A., & Kadarisman, M. (2016). Kebijakan Manajemen Transportasi Darat Dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat Di Kota Depok. *Manajemen Dan Transportasi Logistik*, 3.
- Jannah, N. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Toko Rahmat Aluminium Banjarmasin. *Thesis Management Economics of Islamic University Kalimantan*, 1-6.
- Kamaruddin. (2017). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Laa Maisyir* , 87.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online tentang pengertian Analisis (<https://kbbi.web.id/analisis>) diakses tanggal 4 Januari 2022 Jam 06.32).
- Kojongian, M. K., Tumbuan, W. J., & Ogi, I. W. (2022). Efektifitas dan Efisiensi Bauran Pemasaran pada Wisata Religius UKIT Kasih Kanonang Minahasa dalam Menghadapi New Normal. *Jurnal EMBA Vol. 10 No. 4*, 1966-1975.
- Kunaifi, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Syariah Pendekatan Human Spirit: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasinya*. Yogyakarta: Maghza Pustaka.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardani. (2015). *Fiqh Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Prenadamedia.

- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyani. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur. *Skripsi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*, 6-7.
- Ningsih, H. A., Yanti, M., & Yunindyawati. (2018). Strategi Pemasaran Kerajinan Aluminium dengan Memanfaatkan Jaringan Sosial. *Empirika*, 23-38.
- Noor, Z. Z. (2021). *Strategi Pemasaran 5.0*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurlatifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa-Journal of Islamic Studies*, 73-86.
- Pujaastawa, I. B. (2016). Teknik Wawancara dan Observasi untuk Pengumpulan Bahan Informasi. *simdos.unud.ac.id* , 10.
- Putri, M. A., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 435.
- Rahmayanti. (2013). Strategi Peningkatan Retribusi (Jasa) Pasar Niaga Jaya Di Ota Makassar. *Anzdoc*, 7.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, I., Salman, D., & Rahmadani. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 184.
- Sari, Y. (2020). *Analisis strategi pemasaran kopi aceh (studi kasus merek dhapu kupa)*. Banda Aceh: UIN Ar-raniry.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara santan PT. Enseval Putra Megatrading, Tbk. *Journal of Applied Business Administration*, II, 46-59.
- Siregar, S. (2014). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif* . jakarta: bumi aksara.
- Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategic*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, M., & Soeprihatno, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* (5 ed.). Liberty Yogyakarta: Yogyakarta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syaputra, D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Industri Kerajinan Aluminium Dengan Metode (Studi Kasus Kerajinan Aluminium H. Kardi). *Skripsi Industri Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Palembang*, 8-9.
- Tahir, Ya'qub, & Murad, S. (2013). *Ma'fhum al-Taswiq al-Masrifiy al-Islamiy fi al-Masarif al-Islamiyah min Wihati Nazri al-'Umala; Dirasah Halah Bank al-Barakah bi al-Jazair*. Al-Jazair: Majallat al-"ulum al-Iqtisadiyah wa al-Tasyir.
- Tahlohding, S. (2015). Pemasaran Dalam Ekonomi Islam Studi Integrasi dan Komprehensif. *Hukum Islam XV*, 16.
- Tamamudin. (2014). Merefleksikan Teori Pemasaran ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah,. *Jurnal Hukum Islam vol.12, no. 2*, 273-285.
- Tedja, M., Sidauruk, I. B., & Rahmadyansyah, R. (2015). Perbandingan Pekerjaan Kusen dan Pintu Bahan Kayu dengan Bahan Aluminium. *ComTech Vol. 6 No. 2*, 301-308.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Ajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yohanna, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Meubel Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus pada UD. Jati Makmur Kabupaten Pati). *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, 15-16.