

DAFTAR PUSTAKA

- Abuznaid, S. (2012). *Islamic marketing: addressing the Muslim market*.
- Aisyah, S. (2020). *Manajemen pemasaran*.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444.
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Arifin, S. (2020). Marketing Pendidikan. *Tadris: Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Pendidikan Islam*, 14(1), 112–123.
- Arini, E. (2020). *Strategi green marketing sebagai upaya peningkatan kualitas bersaing: Studi kasus CV. Habiti Organic di Brebes*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Asjara, F. (2022). *PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MELALUI BAURAN PEMASARAN TINJAUAN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA RUMAH MAKAN ISLAM SEJAHTERA)*. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Perusahaan Dasar, Konsep & Strategi Edisi 1 Cetakan ke-14*. Jakarta: Rajawali Pers.
- ASTRIA, Y. (2019). *Analisis Produk Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Toko Rabbani Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- ATHFA, A. M. (2016). *Strategi Marketing Dalam meningkatkan Volume Penjualan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada PT. Lestari jaya Kebasen Banyumas)*. IAIN Purwokerto.
- Data, T. A., & Sugiyono, M. (2018). Analisis data adalah proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit–unit, melakukan sintesa, meny. *Analisis Induktif Ialah Suatu Analisis Data Yang Memungkinkan Temuan–Temuan Penelitian Muncul Dari Keadaan Khusus, Tema–Tema Dominan*

Dan Signifikan Yang Ada Dalam Data, Tanpa Mengabaikan Hal–Hal Yang Muncul Oleh Struktur Biologisnya Menurut (Sugiyono),(20.

- Dedi Irawan. (2009). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu). *UIN Raden Intan Lampung*, 284.
- Edi, F. R. S. (2016). *teori wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio.
- Habibah, U. (1945). Sumiati.(2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31–48.
- HANDAYANI, E. K. A. F. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI RESTORAN NGIKAN CIREBON DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH*.
- Hartati, T., Sucipto, I., & Sutrisno, B. (2023). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vegetables al-Muhajirin Farm. *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 3(1), 1–27.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Hasan. (2021). Peran Industri Kerupuk di Desa Kalipang Kabupaten Pasuruan. *Penelitian*, 183, 5–23.
- Hikmawan, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan). *Change Think Journal*, 1(01), 50–59.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- II, B. A. B. (n.d.). *A. Pengertian Pemasaran*.
- INAYAH, I. N. A. (2004). *Pemanfaatan hidrolat udang (Penaeus sp) pada proses pembuatan kerupuk Udang dengan variasi penambahan gluten*.
- Ismail, M. Z. (2023). *Karakteristik dan prinsip pemasaran syariah*.
- Kaharudin, M. R., & Saputra, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 143–162.
- Kamaruddin, K. (2017). *STRATEGI PEMASARAN TERHADAP*

PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1).

- Karakteristik Pemasaran Syariah Halaman 1 - Kompasiana*. (n.d.).
- Kartajaya, H. (2002). *Hermawan Kartajaya on marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Koswara, S. (2009). Pengolahan aneka kerupuk. *Ebookpangan. Com*, 31.
- Lestari, N. (2020). *Strategi pemasaran produk tabungan ib Hasanah Wadi'ah di PT. Bank BNI Syariah cabang Mataram*. UIN Mataram.
- Mamik, M. (2014). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama PUBLISHER. Zifatama Publisher.
- Marketing Mix_ Pengertian, Asal-Usul, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaatnya - Gramedia Literasi*. (n.d.).
- Maula, N. (2016). *Cover Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Sandal Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Sandal Bandol Nanang Collection di Desa Kebanaran, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas)*. IAIN Purwokerto.
- Mubarok, N. (2009). *Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi kerupuk ikan di sentra produksi kerupuk desa Kananga Kecamatan Sindang Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat*.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
- Naim, A. (2019). *Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari, Tegal*. IAIN Purwokerto.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books, 1(1), 3–4.
- Pangestu, R. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis Pengolahan Buah Naga dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Desa Bumi Mulyo Kabupaten Lampung Timur*. IAIN Metro.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study

- Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Media Studi Ekonomi*, 19(2).
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi dalam penelitian kualitatif*.
- Rahmawati, D., Halim, A., & Mahsun, M. (2016). *STRATEGI PENINGKATAN KINERJA KEUANGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH JOGJATAMA VISHESHA YOGYAKARTA*. STIE Widya Wiwaha.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rangkuti, F. (2004). *The power of brands*. Gramedia pustaka utama.
- Riyadi, F. (2016). Urgensi Manajemen dalam Bisnis Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 65–84.
- Rohmawati, A. (2018). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM PADA PEGADAIAN SYARIAH JEPARA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS PADA PEGADAIAN SYARIAH JEPARA)*. IAIN Kudus.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Saprijal, M. (2014). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada s-mart swalayan pasir pengaraian). *Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Sari, C. (2020). *Strategi pemasaran kerupuk basah khas sukamara di kota Palangka Raya dalam perspektif ekonomi islam*. IAIN Palangka Raya.
- Sholikhah, Z. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Kerupuk Udang UD. Devi Putri Desa Bobang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri Ditinjau Dari Marketing Syariah*. IAIN Kediri.
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2006). *Syariah marketing*. Mizan Pustaka.
- Sulistiyo, U. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*. PT Salim Media Indonesia.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.

- SUSANTI, D. S. (2011). *RANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN TUNAI PADA RUMAH MAKAN SUKASARI PANGKALPINANG DENGAN METODOLOGI BERORIENTASI OBYEK*. STMIK ATMA LUHUR.
- Vina, S. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerupuk Kulit Ikan Nila Pada Umkm Krulila Desa Gunungjaya Kecamatan Belik Kabupaten Pematang*. IAIN PURWOKERTO.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... Lie, D. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Yunisa, P. P. (2020). *IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK PIRING LIDI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA HOME INDUSTRY RUMAH LIDI DESA KARANG TENGAH, KECAMATAN CILONGOK, KABUPATEN BANYUMAS)*. IAIN Purwokerto.
- Zuhri, S. (2017). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Study Kasus Pada Yamaha Mataram Saktif Cabang Rembang)*.