

DAFTAR PUSTAKA

- Adiperkasa, M. (2025). Studi Kasus 12.1: Mitra Adiperkasa (MAP Group)- Distribusi dan Saluran Global. *Pemasaran Internasional dan Global*, 278.
- Anas, A. T., & Ali, B. (2023). Dampak Produk, Tarif, Dan Kegiatan Promosi Pada Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale Di PT. Tirta Fresindo Jaya Pasuruan. *Islamic Economics And Finance Journal*, 2(1), 1-9.
- Aprilliansyah, A. F. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Mineral Di Tangerang Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Astuti, F. T. (2025). *Digital Marketing Blueprint: Formula Terbaik dalam Menguasai Digital Marketing*. Anak Hebat Indonesia.
- Akram Ista, Ristiyanti Ahmadul Marunta, Andi Muh. Taqiyuddin, Yakub, N. A. I. (2024). Riba, *Gharar*, Dan *Maysir* dalam Sistem Ekonomi. *Jurnal Tana Mana*, 3(2), 315–330.
- Anti, Y., Zakiyah, N., & Siregar, R. M. S. (2025). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Undian Berhadiah (Studi Kasus Toko Asrin Siregar Pidoli Dolok Kecamatan Panyabungan). *Jurnal Hukum dan Syariah*, 2(1), 72–84.
- Basri. (2024). *Analisis Efektifitas Komunikasi Pemasaran untuk Produk Le Minerale Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli*. 7, 437–451.

- Danang Sunyoto, S. H. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. CAPS.
- Danang Sunyoto, S. H., & SE, M. (2015). *Strategi Pemasaran*. Media Pressindo.
- Dewi, N. P. S., Ambulani, N., Tiong, P., Nurhayati, N., Dewi, R. D., Susanti, R.D & Utomo, S. B. (2023). *Buku Komunikasi Pemasaran Konsep dan Strategi*.
- Fauzan, A. (2023). *Undian Berhadiah Giveaway dalam Akun Instagram @ Krd . Shopgaming : Analisis Hukum Ekonomi Syariah*. 3(1).
- Firdayanti, D. I., & Jonathan, L. R. (1945). *Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale di Samarinda*. 1–10.
- Hidayatullah, Arsal, Z. E. (2024). Riba Dalam Ayat Al-Qur'an Dan Hadits : Tinjauan Teks Dan Konteks. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 1–30.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Mauludin, M. S., Ratnawati, D., Arianti, N., Pryastara, M. D., & Novitawati, V. A. (2022). Analisis persepsi konsumen terhadap penggunaan jasa Gojek. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 3(1), 123–141.
- Nabilah, R., & Muhammad Yazid. (2025). *AL-KHIYAR : Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam*. 5(1), 115–124.
- Nurmawaddah, N. (2023). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menggunakan merek Le Minerale (studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan)* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).

- Pardiansyah, E. (2022). Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah dan Praktiknya Dalam Bisnis Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1270–1285.
- Rahim, R. M. dan E. (2021). strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, 2(1), 15–26.
- Riofita, A. S. dan H. (2024). Manajemen Strategis dan Proses Pemasaran(Studi Kasus: Cara Xpander Melakukan Perencanaan dan Proses Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1025–1033).
- Roihan, A. dan, & Drajat, A. (2025). Praktik Gambling dalam Game Mobile Legends: Kajian Etika dalam Perspektif Tafsir Ayat Ahkam terhadap Mekanisme Gacha. *Jurnal Alwatzihoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 11(2), 925–933.
- Sukoco, S. A. (2018). Strategi Promosi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 20–36.
- SIHOMBING, S. H. Analisis Turn Around PT Mayora Indah Tbk sebagai Respons terhadap Tantangan Bisnis Digital.
- Siregar, F. H. (2012). *Diklat Psikologi Konsumen*.
- Sitorus, R. R., & Astuti, A. D. (2021). *Pengaruh Keunggulan Produk Dan Proses Sterilisasi Terhadap Minat Konsumen Air Mineral Dengan Standar Kelengkapan Produk Sebagai Pemoderasi*. 25(2), 4810–4814.
- Sunarsi, D., & MM, C. (Eds.). *Strategi Pemasaran Berbasis Digital*. Cipta Media

Nusantara.

Suwarno, S. A., & Rofiullah, A. H. (2021). *Manajemen Bisnis Syariah (Konsep dan Aplikasinya dalam Bisnis Syariah) Penulis*. Penerbit Adab.

Utami, F. A. (2025). *Analisis Minat Anggota dalam Menggunakan Produk Sajadah Berhadiah di BMT NU Cabang Pragaan Faizzatul Ainiyah Utami*.

Vildayanti, R. A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 247–271.

Utami, F. A. (2025). *Analisis Minat Anggota dalam Menggunakan Produk Sajadah Berhadiah di BMT NU Cabang Pragaan Faizzatul Ainiyah Utami*. Kampus Universitas Nurul Jadid). 5(1), 1634–1645. Adartha, H. H. (2024). *Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Isi Ulang Air Galon Dengan Memakai Sistem Undian Berhadiah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Akram Ista, Ristiyanti Ahmadul Marunta, Andi Muh. Taqiyuddin, Yakub, N. A. I. (2024). Riba, Gharar, Dan Maysir dalam Sistem Ekonomi. *Jurnal Tana Mana*, 3(2), 315–330.

Anti, Y., Zakiyah, N., & Siregar, R. M. S. (2025). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Undian Berhadiah (Studi Kasus Toko Asrin Siregar Pidoli Dolok Kecamatan Panyabungan). *Jurnal Hukum dan Syariah*, 2(1), 72–84.

Fauzan, A. (2023). *Undian Berhadiah Giveaway dalam Akun Instagram @ Krd . Shopgaming : Analisis Hukum Ekonomi Syariah*. 3(1).

- Fauziana, E., & Muhammad, L. F. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Pada Produk Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Merek Azhom. *Jurnal Manajemen*, 3(1).
- Fetrisen, N. A., & Aziz, N. (2019). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Aicos produksi PT. *Bumi Sarimas Indonesia*, 1–9.
- Hidayatullah, Arsal, Z. E. (2024). RIBA DALAM AYAT AL-QUR'AN DAN HADITS : TINJAUAN TEKS DAN KONTEKS. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 1–30.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Maulana, N. I., Supriatal, S., Kumala, D., & Fahruqi, M. N. (2025). Etika bisnis Islam dalam pemasaran: Konsep dan implikasi dalam praktik pemasaran. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 6(1), 9–27.
- Mauludin, M. S., Ratnawati, D., Arianti, N., Pryastara, M. D., & Novitawati, V. A. (2022). Analisis persepsi konsumen terhadap penggunaan jasa Gojek. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 3(1), 123–141.
- Nabilah, R., & Muhammad Yazid. (2025). *AL-KHIYAR : Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam*. 5(1), 115–124. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v5i1.1823>
- Pardiansyah, E. (2022). Konsep Riba Dalam Fiqih Muamalah Maliyyah dan Praktiknya Dalam Bisnis Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1270–1285.
- Rahim, R. M. dan E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam

- Perspektif Syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo)*, 2(1), 15–26.
- Riofita, A. S. dan H. (2024). Manajemen Strategis dan Proses Pemasaran(Studi Kasus: Cara Xpander Melakukan Perencanaan dan Proses Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1025–1033).
- Roihan, A. dan, & Drajat, A. (2025). Praktik Gambling dalam Game Mobile Legends: Kajian Etika dalam Perspektif Tafsir Ayat Ahkam terhadap Mekanisme Gacha. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 11(2), 925–933.
- Sukoco, S. A. (2018). Strategi Promosi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 20–36.
- Utami, F. A. (2025). *Analisis Minat Anggota dalam Menggunakan Produk Sajadah Berhadiah di BMT NU Cabang Pragaan Faizzatul Ainiyah Utami*.
- Vildayanti, R. A. (2020). Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019. *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 3(2), 247–271.
- Wa Emi Nurlette, Sherly Rutumalessy, G. A. R. (2024). Analisa Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Pada Industri Mebel “T” Desa Poka Kecamatan Teluk Ambon Provinsi Maluku. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(2), 501–510.
- Wahyu, A., Aryanto, T., & Raqib, M. (2020). *Pengaruh Program Undian Berhadiah*. 1(2).

Widad, R., Rahayu, S., & Wati, W. (2024). *Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada UMKM Sekitar Kampus Universitas Nurul Jadid)*. 5(1), 1634–1645.

Wulandari, S., Azizi, S. D. N., & Hidayat, R. T. (2023). Paradigma ibadah haji dan umroh ditinjau berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 171–188



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON