

## DAFTAR PUSTAKA

- Atika, J. (2016). Implementasi etika bisnis Islam dalam pemasaran. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1).
- Bahri, S. (2013). Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Episteme*, 8(1).
- Ekhomawaty, F. (2012). *Pengaruh Promosi dan Diferensiasi Citra terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki pada Rumah Zakat Indonesia Cabang Semarang*. IAIN Walisongo.
- Farid. (2017). *Kewirausahaan Syariah*. Kencana.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublisher.
- Firmansyah, D. F. dan A. (2019). *Pemasaran Jasa*. CV Budi Utama.
- Firmansyah, D. F. dan M. A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublisher.
- Gustira, A. (2013). *Prospek Zakat Perdagangan Di Pasar Desa Jungjang Kecamatan Arjawinangun Kabupaten Cirebon*. IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- Habiburrahman. (2017). Strategi Promosi Pariwisata dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi*, XXII(02).
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Kencana.
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald's manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Hasoloan, J. (2010). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Deepublish.
- Herianingrum, R. P. P. dan S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. No Title. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(9).
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Hidayatul Qur'an.
- Hidayati, N. (2018). *Strategi pemasaran usaha rumah makan rahayu kereng pangi dalam perspektif ekonomi islam*. IAIN Palangka Raya.

<https://web.kominfo.go.id>: Diakses pada tanggal 12 Januari 2021 pukul 09.23

WIB.

- Huda, N. (2018). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*. Kencana.
- Idri. (2017). *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*. Kencana.
- Jaksar, K. dan. (2009). *Study Kelayakan Bisnis (Ke-2)*. Kencana Prenada Media Group.
- Karim, A. (2003). *Ekonomi Mikro Islam*. Penerbit III T Indonesia.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Keller, P. K. dan K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran (ketiga belas)*. Erlangga.
- Kerebet, M. I. Y. dan M. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani.
- Kotler, P. (1987). *Dasar-dasar Pemasaran*. Inter Media.
- Lestary, L. (2019). *Manajemen Strategi Usaha Rumah Makan Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Rumah Makan Bu Darmin Palembang)*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. (ke 1). Erlangga.
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Maharini, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PEnginapan Pondok Musafir Tulungagung)*. IAIN Tulungagung.
- Matondang, M. A. dan N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. CV Budi Utama.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remadja Rosdakarya.
- Murwanti, E. S. dan S. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Mustag, A. (2001). *The Future of Economics: An Islamic Perspektif*. Asy Syamil Press & Grafika.
- Mutaqin, A. (2006). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri*. Universitas Negeri Semarang.
- Nasution, S. (1996). *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.

- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Nurul Huda, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrussa'diyah, Dea Mazaya, dan D. S. (2017). *Pemasaran Syariah*. Kencana.
- Nurul Huda, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrussa'diyah, Dea Mazaya, dan Dian Sugiarti. (2017). *Pemasaran Syariah*. Kencana.
- Nuryadin, M. B. (2007). Harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Mazahib*, 4(1).
- Praktek, L., Dan, M., Usaha, P., & Sehat, T. (1999). *NOMOR 5 TAHUN 1999*.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Raditha Hapsari, Kusuma Ratnawati, R. A. (2020). *Entrepreneurial Marketing*. UB Press.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Transmedia.
- Rahman, S. A. dan M. (2015). The effects of marketing mix on consumer satisfaction: A literature review from Islamic perspective. *Journal of Islamic Economics*, 2(1).
- Ramdaniah, I. M. dan F. (2019). Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1).
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosadi, R. (2003). *Metode enelitian Relations dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sastriawan, M. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan Bunda Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Perspektif Pemasaran Syariah*. IAIN Bengkulu.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Siti Anifaturrohmah dan Nani Hanifah. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Sales Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5(2).
- Siti maro'ah, m. Anang Firmansyah, mohammad mochklas dan A. R. (2009).

*BUKU AJAR MARKETING SYARI'AH*. Qiara Media.

- Srianjani, T. (2016). Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Toko Zoya Kudus Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *IQTISHADIA*, 8(1)
- Sudarso, A. (2016). *-Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. CV Budi Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, M. (2003). *Pengantar Bisnis*. Liberty.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy* (ke 1). ANDI.
- Syafe'I, R. (2000). *Fiqh Muamalah*. Pustaka Setia,.
- Syakir, H. dan. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan.
- Taimiyah, I. (1976). *Al-Hisbah*. Darul Sya'b.
- Tanjung, D. H. dan H. (2003). *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*. Gema Insani.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian*. CV Budi Utama.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Al Khitabah*, II(1).
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1).
- Wawancara Ahmad, pada tanggal 05 Februari 2021
- Wawancara Alyani Nadilah, pada tanggal 06 Februari 2021
- Wawancara Ayu Wahyuningsih, pada tanggal 06 Februari 2021
- Wawancara Ghina Alawiyah, pada tanggal 07 Februari 2021
- Wawancara Jiehan Amaliyah, pada tanggal 07 Februari 2021
- Wawancara Maulidia, pada tanggal 07 Februari 2021
- Wawancara Muhammad Kholid, pada tanggal 02 Februari 2021
- Wawancara Mutia Rahmadani, pada tanggal 06 Februari 2021
- Wawancara Nia Kenia, pada tanggal 03 Februari 2021
- Wawancara Nur Azizah, pada tanggal 07 Februari 2021
- Wawancara Rizky, pada tanggal 05 Februari 2021
- Wawancara Siti Maro'ah, pada tanggal 07 Februari 2021
- Wawancara Suprayitna, pada tanggal 07 Februari 2021
- Wawancara Wawan Kurniawan, pada tanggal 07 Februari 2021

Wulandari, F. E. (2017). *Studi Komparatif Hukum Iklan Pancingan Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam*. IAIN Tulungagung.

[www.dpr.go.id](http://www.dpr.go.id) > UU-1999-5-pasal-5-6-7. Diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 10.51 WIB

Youtefani, S. A. (2013). Aplikasi Sistem Diskon Psikologikal dalam Strategi Penetapan Harga Ditinjau dari Hukum Islam (Studi di Carrefour Serang). *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1).

Yuda Supriatna, Yoga Adiyanto, dan D. S. (2019). *Induksi Manajemen Pemasaran*. Qiara Media.

Zakaria, M. S. dan A. (2010). *Jejak Bisnis Rasul*. Hikmah (PT Mizan Publika).

