

DAFTAR PUSTAKA

- Adeyani, I., Anggraini, T., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). *Journal Economy And Currency Study (JECS) Volume 3, Issue 2, July 2021 Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat*. 3(2), 47–66.
- Amalia Dina. (2018). *Mekanisme Marketing Funding Dan Kesesuaiannya Dengan Prinsip-Prinsip Marketing Syariah Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP. Sendawar*.
- Anggraeni, L. P., & Hendriyani, C. (2021). *Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Galeri Ciumbuleuit Hotel Implementation of Marketing Strategies to Increase Sales at Galeri Ciumbuleuit Hotel*. 1, 71–85.
- Annah, A., Ibrahim, A., & Rauf, A. (2020). Pemanfaatan Smartphone dan Web dalam Penyajian Informasi Dan Pengaduan Guru Pada Kantor Disdik Sulsel. *SISITI: Seminar Ilmiah Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi*, 9(2), 214–221.
- Astuti. (2022). Manajemen Pelayanan Sumber Data. *Sumber Data*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Atmoko. (2018a). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Atmoko, T. P. H. (2018b). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume

- Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96.
- Bambang sudaryana. (2018). *metode penelitian teori dan praktek kuantitatif dan kualitatif*.
- Bayu Pramutoko. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).
- Bella, A. (2020). *Strategi Pemasaran Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bmt La-Tahzan Way Galih Lampung Selatan*.
- Darbi, A., & Fariza, S. (2019). ANALISIS PENJULAN REMPEYEK JANGKRIK PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Ahmad. *Hukum Islam*, XV(1), 270–285.
- Diana, P. A., & Santoso, B. H. (2019). pengaruh Perputaran Kas, Piutang, Persediaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Semen di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M. . (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Edy Susanto, M. (2019). Strategi Pemasaran Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ermaya, S. K., & Darna, N. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 207–210.

- Fauzan. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)*. 1–149.
- Fauzani, M. (2018). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA*, 3(2), 104–117.
<https://doi.org/10.47335/ema.v3i2.31>
- Febriansyah, & Reni, D. (2020). Peran Bauran Pemasaran di Minimarket 212 Mart Karawaci Tangerang dalam Mendorong Minat Beli Konsumen. *Journal of Islamic Economics, STIE Syariah Islamic Village Tangerang*, 10(1), 45–54.
- Febrianti, N. L. (2019). *Strategi pemasaran produk simpanan dan pembiayaan koperasi Pondok Pesantren Baitul Mu'amalat Al-Hikmah Kec. Ngawen Kab. Blora*.
- Hamid, D. (2018). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Efektivitas Organisasi Dalam Suatu Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 1–10.
- Hasanuddin, M. R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 39–53.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82.
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>

- Informasi, S., Service, J., & Penjualan, D. A. N. (2019). *Sparepart Pada Bengkel Motor Sinar Priangan Berbasis*. 402–407.
- Irwanto, T., Novrianda, H., & Wasi, D. (2018). Strategi Pemasaran Udang Vannamei Pada Tambak Udang Pt. Cendana Prioritas Lestari Kabupaten Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 93–105. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i1.443>
- Kasus, S., Nusantara, P., & Pacitan, M. (2021). *UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19*. 19.
- Kumalasari, N. R., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di*.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2018). *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*.
- Kusuma, K., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2021). (*MARKETING SYARI ' AH) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PAKAIAN (Studi Kasus Di Toko DM Collection Kedungwuni Pekalongan) SKRIPSI*.
- Lubis, M. S. (2018). *Metodologi penelitian*. Deepublish.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1374>
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal*

Benefita, 3(2), 227–238.

- Melliana, A., & Zain, I. (2019). Analisis Statistika Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur dengan Menggunakan Regresi Panel. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 2(2), D237–D242.
- Misbahudin, & Hasan, I. (2019). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
- Musyafi'in, K. (2020). *Perilaku Produsen Pengrajin Kulit Metro Di Kabupaten Magetan Perspektif Etika Bisnis Islam*.
- Nurdin, M. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting di Instagram pada Masyarakat Surabaya. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business*
- Prof. Dr. Suryana, Ms. (2012). Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 1–243. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Ramadina, P. S., & Taufik, B. K. (2021). *STRATEGI MARKETING*

PENDIDIKAN. 4(1).

- Said, M. Y. S. dan M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).
- Sholicha, N., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2).
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2286>
- Sugiyono. (2018). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Suindrawati. (2019). Strategi pemasaran islam dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 1(4).
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Wangiyanti, T. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Olahan Nanas Madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pemasang. *Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negri Semarang*, 1–72.
- Yudha Nur Imron. (2018). *Analisis etika bisnis islam terhadap pengelolaan bisnis warung kopi di desa campurejo kecamatan sambit kabupaten ponorogo*.