

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Dja'wa, A. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Wawoangi Kec. Sampoiawa Ditengah Pandemic Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–80. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1455>
- Adli, R. (2021). Pengaruh Nilai-Nilai Etika Bisnis dan Karakteristik Syariah Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Syariah di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi (AMBITEK)*, 1(2), 165–173. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v1i2.21>
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Ambon, D. I. K. (2018). *ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PERILAKU PEMBELIAN PRODUK YAMAHA MIO*. 6, 25–34.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4, 39–50.
- Arti Sukma Lengkawati Taris Qistan Saputra. (2021). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan dan Perbankan*, 18(1), 33–38.
- Asme, A. N., Frames, C., & Practices, G. V. (1995). Me , as. *East, February*.
- Astuti, D. P. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidadadi Sekampung Lampung Timur)*. 106.
- Asuransi, P. T., Umum, T., Kantor, P., Nugraha, I. B., Iskandar, M. R., & Bayuni, E. M. (2014). *Analisis Syariah Marketing menurut Muhamad Syakir Sula terhadap Penerapan dan Dampaknya pada Pangsa Pasar PT . Asuransi Takaful Umum Perwakilan Kantor Bandung Marketing Analysis by Islamic Muhammad Syakir Sula of Application and Its Impact Tujuan Peneliti*. 711–716.
- Bimrew Sendekie Belay. (2022). pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian bakso pedas bang mar pekan baru. *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Danilo Gomes de Arruda. (2021). *pengaruh produksi dan strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan batu bata dalam perspektif islam (studi kasus di kelurahan talang betutu kecamatan sukarami Palembang)*. 6.
- Di, T., Sido, D., & Kecamatan, M. (2022). *MEMPEROLEH KEMENANGAN KEPALA DESA TUNGKAL JAYA KABUPATEN MUSI BANYUASIN*. 1810702008.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. ... *Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1>

- Hermawan Kartajaya, M. S. S. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka.
- 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>
- Hilmiatus Sahla, Muhammad Sayuti, Ricky Syahputra, A. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *jurnal pionir LPPM*, 5(2), 57–61.
- Hutagaol, C. D. (2018). *Masalah, Latar Belakang*. 2015.
- Janah, E. K. A. N. U. R. (2019). *Analisis strategi promosi dalam persaingan usaha pada pengrajin batik kecamatan muara sabak timur*.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jasmin, M., Ulum, F., & Fadly, M. (2021). ANALISIS SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA KOMUNITAS BARBERSHOPS MENGGUNAKAN FRAMEWORK COBIT 5 DOMAIN DELIVER SERVICE AND SUPPORT (DSS) (Studi Kasus: Kec, Tanjung Bintang). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(3), 66–80.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Karakteristik, P., Marketing, S., Marketing, R., Loyalitas, T., Dengan, N., Nasabah, K., Intervening, V., Setiaji, F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2019). *Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga untuk memenuhi salah satu syarat Guna Memperoleh Sarjana Ekonomi Program Studi SI Perbankan Syariah*.
- Kasus, S., Di, U. K. M., & Prabumulih, K. (n.d.). *TERHADAP USAHA SEBLAK KUAH MERAH*. 33–38.
- Kusumawaty, Y. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138. <https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.2235>
- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Maleha, N. Y., Saluza, I., & Setiawan, B. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa Sugih Waras Kec. *Teluk Gelam Kab. OKI. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1441–1448. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3476>
- Menghadapi, D., & Bisnis, P. (1858). *PENTINGNYA KONSEP DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS Oleh: Moh. Aris Pasigai*.
- Naninsih, N., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Keputusan Pembelian Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) 310 Di

- Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 1(1), 47–61. <https://doi.org/10.37476/massaro.v1i1.644>
- Noviyanti, E., & Suprajang, S. E. (2015). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dan Keputusan Pembelian Pada UD. Prima Tulungagung. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1), 31–47.
- Nurdin, M. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Islami Terhadap Keputusan Pembelian Thrifting di Instagram pada Masyarakat Surabaya. *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 1(2), 89–101.
- PENGARUH KUALITAS PRODUK , CUSTOMER RELATIONSHIP , DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS (Studi Bakso Bakar SS Kota . Malang) Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen MANAJEMEN Oleh : Sri Sulastri Ellissa Imelda. (2022).*
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Putra, P. (2021). Teori dan Praktik Pemasaran Syariah. *Pemasaran Syariah, January*, 180.
- Putri, D. A., & Prabowo, B. (2021). ANALISIS STRATEGI BISNIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM (Studi Kasus Bakso Super Rasa di Jalan Gayungan Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 117. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.865>
- 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>
- Rahmasari, A. (2018). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada Busana Muslim di Elzatta Bandar Lampung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Selatan, A. strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada swalayan surya menurut perspektif ekonomi islam (studi pada swalayan surya cabang jatimulyo lampung. (2019). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada swalayan surya menurut perspektif ekonomi islam (studi pada swalayan surya cabang Jatimulyo Lampung Selatan. *Ayan*, 8(5), 55.
- Silvia, W., Surya, A., & Setianingsih, R. M. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tresuri Pada Pt Bank Bni Wilayah Medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 9(2), 250–256.

- Simamora, M., & Khair, H. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Masyarakat Pembelian Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 546–559. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.632>
- Stanton. (2020). Strategi Marketing Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Pustaka elnior*, 46.
- Strategi, A., Dalam, P., Menghadapi, U., Bisnis, P., Ekonomi, F., Manajemen, P. S., & Tunggadewi, U. T. (2019). (*Studi Kasus Pada Bakso Bakar Abah Boed Surabaya*).
- Studi, P., Wali, D., & Kelamin, J. (2021). *Sekolah tinggi ekonomi dan bisnis islam badri mashduqi* (Vol. 2021, Nomor 370).
- Taufik. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
- Timika, D. I. K. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA DIVA KARAOKE RUMAH BERNYANYI*. 5, 21–40.
- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19 The Effect of Marketing Strategy on Improving SMEsPerformance is moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 20371. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, 01(01), 18.