

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. KADIR, “ISLAMIC ECONOMIC CREATIVE SOLUTIONS FOR SMALL AND,” *Islam. Econ. Creat. Solut. SMALL Mediu. Enterp. SHORT LONG TERM*, vol. 12, no. 1, pp. 96–107, 2019.
- [2] N. Mubarak, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista,” *I-Economics*, vol. 3, no. 1, pp. 73–92, 2017.
- [3] Kamaruddin, “strategi pemasaran terhadap peningkatan volume gas elpiji perspektif ekonomi islam,” *Strateg. Pemasar. TERHADAP PENINGKATAN Vol. PENJUALAN GAS ELPIJI Perspekt. Ekon. Islam*, vol. 17, no. 1, 2017.
- [4] D. Untuk, M. Tugas, M. Syarat, G. Memperoleh, G. Sarjana, and I. E. Islam, “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Studi Kasus : Toko Jesy Busana Muslim Bapangan Mendenrejo Blora,” no. *Bisnis Intelejen*, pp. 1–102, 2015.
- [5] M. F. D. Prastiwi, “ANALISIS PENGARUH LABELISASI HALAL, IN-STORE DISPLAY, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada UMKM Center Jawa Tengah,” 2019.
- [6] A. Akram, A. Sahari, and A. I. Jaya, “OPTIMALISASI PRODUKSI ROTI DENGAN MENGGUNAKAN METODE BRANCH AND BOUND (Studi Kasus Pada Pabrik Roti Syariah Bakery, Jl. Maleo, Lrg.VIII No. 68 Palu),”

- J. Ilm. Mat. Dan Terap.*, vol. 13, no. 2, pp. 98–107, 2016.
- [7] Porwaningtyas & Aida Dwi, “Strategi Buy on Rumors Sell on News dan Dampaknya Terhadap Investor Bursa Efek Indonesia di Surabaya,” pp. 18–43, 2009.
- [8] R. Hardiyati, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran,” *Skripsi Fak. Ekon. Univ. Diponegoro*, pp. 1–149, 2010.
- [9] A. F. Agung, *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 2018.
- [10] T. S. Kaihatu and J. Siwalankerto, “Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya,” *J. Manaj. dan Wirausaha*, vol. 10, no. 1, pp. 66–83, 2018.
- [11] M. Toriq and S. Martoatmodjo, “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo,” *J. Ilmu Ris. Manaj.*, vol. 3, no. 8, pp. 1–16, 2016.
- [12] Y. R. Suci, “Development of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia,” *J. Ilm. Cano Ekon.*, vol. 6, no. 1, pp. 51–58, 2017.
- [13] M. F. Faizi, “Jurnal Ilmu Ekonomi,” vol. III, no. 1, pp. 224–234, 2018.
- [14] A. Rachmat Sunjoto, “STRATEGI PEMASARAN SWALAYAN

- PAMELLA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010),” *JESI (Jurnal Ekon. Syariah Indones.,* vol. 1, no. 2, p. 45, 2016.
- [15] P. Terhadap, K. Konsumen, and D. Ratnasari, “INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1442 H / 2020 M,” 2020.
- [16] F. Andika, “Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam,” *Ekon. Islam Al-Infaq*, vol. 3, no. 1, pp. 96–149, 2012.
- [17] P. S. Pemasaran, K. Pelayanan, and D. A. N. Nilai, “Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt . Bank Capital Indonesia Tbk,” vol. 27, no. 01, pp. 80–99, 2018.
- [18] S. AHMED, “the Effects of Marketing Mix on Consumer Satisfaction: a Literature Review From Islamic Perspectives,” *Turkish J. Islam. Econ.*, vol. 2, no. 1, pp. 17–17, 2015.
- [19] T. Pradiani, “Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan,” *J. Ilm. Bisnis dan Ekon. Asia*, vol. 11, no. 2, pp. 46–53, 2018.
- [20] J. Oliver, “Metode Penelitian,” *Metod. Penelit.*, pp. 37–54, 2013.
- [21] H. Wibowo, “Implikasi kompetensi IT mahasiswa terhadap hasil pembelajaran di Perguruan Tinggi Vokasional Universitas Pendidikan Indonesia,” pp. 29–45, 2013.

- [22] A. N. Fardani, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang,” *Skripsi*, pp. 1–75, 2013.
- [23] A. Utaminingsih, “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Ukm Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara,” *Media Ekon. Dan Manaj.*, vol. 31, no. 2, pp. 77–87, 2016.