

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irma Suryani. (2020). *Strategi bauran pemasaran beras dalam perspektif ekonomi islam.*
- Aminah, S. (2018). Tinjauan Islam Terhadap Konsep Dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi Di Makassar. *Skripsi*, 28–38.
- Andika, F. (2012). Analisa Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, 3(1), 96–149.
- Andika, Y. (2018). Analisis Strategi Promosi Kopi Luwak dalam Meningkatkan Penjualan Produk Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Pada CV Kopi Luwak Original Mr Zian Kabupaten Lampung Barat). *Tesis*, 1–137.
- Arianty, N. E. L. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 13(1), 101–115.
- Asmida, N. (2017). Startegi Promosi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam(Studi Pada Perusahaan Sophie Paris Pada Cabang Kendari). *Skripsi*.
- Efisiensi, A., Yang, D. A. N. F., & Widelia, K. (2020). *ANALYSIS OF EFFICIENCY AND THE FACTORS AFFECTING THE DECISION OF ROBUSTA COFFEE FARMER TO CHOOSE THE MARKETING CHANNEL AT JANGGA VILLAGE OF PAGAR ALAM CITY PROGRAM STUDI AGRIBISNIS.*
- Eka Wahyuningsih. (2021). *Strategi Personal Selling Dalam Menarik Minat Menabung Siswa SMPN 10 Parepare di Bank BTN Syariah KCPS Parepare.*

6.

- Ekonomi, F. (2010). *ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM Sri Nawatmi*. 9(1), 50–59.
- Empiris, D., & Indonesia, D. (2010). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Tinjauan Teoritik*. October.
- Filiana. (2021). *ANALISIS PENERAPAN PROMOSI MENURUT EKONOMI SYARI ' AH DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA KEDAI MUI PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI ' AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI*.
- Habibun. (2016). *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PROMOSI PRODUKTABUNGAN DI BANK NEGARA INDONESIA (BNI)*.
- Habiburahman, H. (2017). Strategi promosi pariwisata dalam perspektif ekonomi islam. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 177–186. <https://doi.org/10.24912/je.v22i2.219>
- House, C. (2019). *Efektivitas strategi promosi produk kopi lokal di rumah kopiranin*. 17(1), 38–54.
- Irawan, D. (2019). *MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu) LAMPUNG PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)*.
- IVANA, A. C. N. (2021). ... *Promosi Produk Melalui Selebgram Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. November.
<http://repo.uinsatu.ac.id/id/eprint/23304%0Ahttp://repo.uinsatu.ac.id/23304/5>

/BAB IV.pdf

- Kasino Martowinangun, D. J. S. L. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Management, 1*, 139–152.
- Khofsah, S. (2021). *Praktek Periklanan dalam Prespektif Ekonomi Islam di Radio Gema Surya. 1*(1), 17–44.
- Komala, T. (2020). Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52371>
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2018). *PENGANTAR PEMASARAN ISLAM Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. AuFa Afian Musthofa.
- LEMAN RAMBE. (2012). *PERANAN PERIKLANAN (ADVERTISING) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PUPUK PADA CV. SEJAHTERA MAJU BERSAMA DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM*.
- Lestari, F., Maryadi, & Adriani, D. (2021). Analisis Nilai Tambah Aneka Olahan Bubuk Kopi Robusta Berbasis Industri Rumah Tangga (Kecamatan Pagaralam Utara, Kota Pagaralam). *Jurnal Paradigma Agribisnis, 3*(2), 56–70.
<http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPA/article/view/4951/2390>
- Mamik. (2015). *METODOLOGI KUALITATIF*. Zifatama Publisher.
- Maqfirah, S. (2018). *ANALISIS USAHATANI KOPI DAN EFISIENSI PEMASARAN KOPI (Coffea sp) DI KECAMATAN BENER KELIPAH KABUPATEN BENER MERIAH SKRIPSI*.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data*

Dalam Perspektif Kualitatif. CV BUDI UTAMA.

- METI SETIAWATI. (2020). STRATEGI PERSONAL SELLING DALAM KONSEP PEMASARAN SYARIAH. *International Journal of Hypertension*.
- Muh Ishaq Nur. (2019). ANALISIS PERANAN PROMOSI DALAM MENUNJANG KEBERHASILAN PENJUALAN PADA PT. SUMBER ALFARIA TRIJAYA. Tbk Cabang Gowa Sungguminasa. *Ayaa*, 8(5), 55.
- Muhammad Irham Ilahi. (2019). Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi islam terhadap peningkatan penjualan pada toko. *Skripsi*.
- Nurul Huda. (2017). *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*. 53(9), 1689–1699.
- Prasetyo, A., & Susanti, R. (2016). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PT. Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 10(2), 1–16.
- Promosi, S., Ibadah, P., Dalam, U., Meningkatkan, U., Jamaah, J., Dari, D., Islam, E., Susilawati, E. K. A., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2020). *Strategi promosi paket ibadah umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah pada pt. penjuru wisata negeri pekanbaru ditinjau dari ekonomi islam*.
- Purnomo, A., Syariah, E., Islam, F. S., Islam, U., Mab, K., Syariah, E., Islam, F. S., Islam, U., & Mab, K. (2021). *STRATEGI PROMOSI TOKO PAKAIAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Komparatif Pada Toko Taste Fashion dan JGP Store) Ekonomi Islam : Gamis Couple Ibu dan Anak*.
- R.Semiawan, P. D. C. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, Dan Keunggulannya*. PT Grasindo.

- Raharjo, B., & Agustini, F. (2020). Metode Forward Chaining pada Sistem Pakar Penilaian Kualitas Biji Kopi Berbasis Web. *International Journal of Natural Science and Engineering*, 4(2), 73. <https://doi.org/10.23887/ijnse.v4i2.28578>
- Rahmi, E. U. (2021). Analisis strategi promosi syariah dalam meningkatkan penjualan produk umkm nisa snack kota jambi.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif (Qualitative Data Analysis). *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Rizal Ma'ruf Amidy Siregar. (2018). *KONSEP KEADILAN DALAM BAURAN PEMASARAN MENURUT PERSPEKTIF ISLAM*.
- Saheria. (2020). Tinjauan etika bisnis islam terhadap keputusan strategi promosi rumah jahit akhwat sinjai.
- Samsu, S. (2013). Analisis Pengakuan Dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan Psak No. 23 Pada Pt. Misa Utara Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 567–575. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.1862>
- Sihura, Y. (2018). Pengaruh bauran promosi terhadap volume penjualan motor yamaha mio di ud. mitra motor telukdalam skripsi.
- Siti Nur Rahma. (2017). *Peran Promosi Pada Pembentukan Citra Perusahaan Zoya Dalam Etika Bisnis Islam*.
- Soleha, S. (2017). *Implementasi Marketing Syariah PT. Hiba Mitra Devinda Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam*.
- SRI NANDASARI. (2015). STRATEGI PENJUALAN MEJA OSHIN DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA DITINJAU MENURUT

EKONOMI

ISLAM(Study

KasusJl.HR.Soebrantas/SimpangEmpatArenka,KecamatanTampan).

Skripsi.

Stain, D., Jurusan, K., & Sosial, I. (2017). *ISSN: 1693 – 6922 Peranan strategi promosi pemasaran 1, 55–66.*

Tati Handayani & Muhammad Anwar Fathmi. (2019). *Manajemen Pemasaran Islam.* CV BUDI UTAMI.

Umiyati, H. (2021). *POPULASI DAN TEKNIK SAMPEL (Fenomena Pernikahan dibawah Umur Masyarakat 5 . 0 di Kota / Kabupaten X) MAKALAH Disusun Untuk Memenuhi Tugas Mata Kuliah : Metodologi Penelitian Hukum Dosen Pengampu : Dr . Marilang , SH ., M . Hum Dr . Achmad Musyahid , M . June, 0–25.*

Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). *yang belakangan ini menghipnotis banyak masyarakat dengan keunggulan dan kelebihanannya. Terbukti dalam enam bulan terakhir ini Smartphone tersebut bisa di Jo vP š o Z ^ u Œ i J _ %o asar Gadget di Indonesia. Hal ini dikarenakan Samsung memiliki keunggulan p.*

Widodo, M. R. R., Zainuddin, M. R., & Nusantara, L. S. (2016). Sistem Informasi Dan Pengolahan Data Kursus Mobil Berbasis Web Dengan Sms. - *Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan, 1(3), 85–104.*
<https://doi.org/10.1023/A:1015026107353>

Wisataone, V. (2019). Pelaksanaan Fungsi Hubungan Masyarakat dan Publisitas pada Organisasi Non-Profit. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi, 15(1), 15–*

27. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v15i1.24482>