

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Azolla Frozen Food Bojonegoro dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Maisyatuna*, 4(2), 58–74.
- Ali, K. (2020). Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis. In *Academia.edu* (Issue Pengantar Bisnis).
- An Ras Try Astuti. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Aprillia, K., & Rafikasari, E. F. (2021). Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Sandal Ping Tulungagung). *Jurnal of Economics and Policy Studies*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.21274/jeps.v2i1.4355>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Asnawati, L. (2022). *Strategi Pemasaran Rumah Makan Mak Mok Tembilahan Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Assifa, S. N., Suprihatin, T., & Eprianti, N. (2020). Tinjauan Prinsip Etika Bisnis Islam pada Strategi Pemasaran di Restoran Royal Kashimura Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 205–208.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/syariah.v6i2.22032>

Astuti, D. P. (2018a). Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur). In *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro.

Astuti, D. P. (2018b). *Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*.

Astuti Puji, D. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)*. IAIN Metro.

Auliya Izzah Hasanah, Rizka Fauziah, & Rachmad Risqy Kurniawan, S. M. (2021). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an Auliya Izzah Hasanah. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, x.

Bani, T., A'dilla, N., & Hamid, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Industri Keripik Mustika Kota Langsa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Al Hisab: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 37–44.
<https://doi.org/10.59755/alhisab.v1i2.73>

Dewi, A. S. (2021). Pengaruh Penggunaan Website Brisik.Id Terhadap Peningkatan Aktivitas Jurnalistik Kontributor. *Komunika*, 17(2), 1–14.
<https://doi.org/10.32734/komunika.v17i2.7560>

Dr. Marissa Grace Haque Fawzi, (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan

Implementasi. In *Pascal Books*.

Fadilah, N. (2020a). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syariah ' ah*. 1(2).

Fadilah, N. (2020b). Teori Konsumsi, Produksi dan Distribusi dalam Pandangan Ekonomi Syariah. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(4), 17–38.

Fakhrudin, A., Valeria, M., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Bauran Pemasaran*, 3, 1–91.

Fatimah, S., Soumena, M. Y., Nurhayati, S., Gasali, I., & Makkulau, A. R. (2023). Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 45–59. <https://doi.org/10.35905/rikaz.v2i1.6698>

Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam. *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah*, 13(1), 131. <https://doi.org/10.24260/almaslahah.v13i1.921>

Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri Publishing.

Hasan, D. B. N. (2014). Syariah Marketing. In *Jurnal Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* (Vol. 1, Issue 1).

Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*.

Lenti, M., Beni, S., Sadewo, Y. D., & Usman. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 9–19. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v2i2.190>

- Luqman Nurhisam. (2017). No TitlEtika Marketing Syariahe. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2).
- Mar'atusholihah, H., Priyanto, W., Damayani, A. T., Studi, P., Guru, P., Dasar, S., & Pendidikan, I. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Tematik Ular Tangga Berbagai Pekerjaan. *Pengembangan Media Pembelajaran Tematik Ular Tangga Berbagai Pekerjaaa*, 7(3), 253–259.
- Masykuroh, N. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.
- Misno, A. (2013). Pengertian, Tujuan, dan Prinsip-Prinsip Bisnis Islam. *Eksa4103*, 14.
- Mohamad, R., Ekonomi, D., Pascasarjana, S., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2021). Roni Mohamad 1 dan Endang Rahim 2. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah Endang Rahim 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo 2 Ema. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 15–25.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economic*, 3(1), 80.
- Nabila, A. (2022). Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha berdasarkan Etika Bisnis Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 158–168. <https://doi.org/10.55210/iqtishodiyah.v8i2.824>
- Nabila Veren Estefany, Masruchin, & Fitri Nur Latifah. (2022). Penerapan Strategi

- Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181–195.
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9358)
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127.
<https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Pati, A. W., Sari, I. P., Oktaria, H., & Amalia, K. N. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di STEBIS IGM Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(1), 89–102. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i1.50>
- Philp, K. (2002). *Analisis Manajemen Pemasaran , Perencanaan, Impementasi dan Pengendalian*. 1(3), 89.
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124.
<https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rizqo, H., & Handayani, T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Kedai Usaha Mie Jeng-Kang Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Islamic Economics and Business ...*, 1(1), 72–89.

- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41.
- Sulalah, A. (2023). Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam:(Studi Pada Apotek di Wilayah Kerja Puskesmas Talang Pamekasan). *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 11, 161–178.
- Surianti, Azis, & Mirwan. (2022). Strategi Pemasaran Kue Tar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Lestari Cake Cabang Wonomulyo Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar). *Conference Series, Vol. 4*.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty, Yogyakarta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Syadiah, N. D., Rosiana, R., & Said, S. (2020). Pembiayaan Lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Dampaknya Bagi Perkembangan Usaha Serta Peningkatan Kesejahteraan Usaha Mikro di Kota Serang. *Syi`ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8178>

Yasin, R. d. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14 No(1693–7619)*, 140–141.

Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32–43. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i1.3>