

DAFTAR PUSTAKA

- Alkurni, Wais dan Sri Zuliarni. (2014). *Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis*. (Riau: Universitas Riau). Diakses dalam <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/3212>
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: ALFABETA)
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*
- Angipora, Marius P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- Anoraga, Wien's. (1997). *Kamus Istilah Ekonomi*. (Bandung: IKAPI)
- Ari Setyaningrum dkk. (2016). *Prinsip – prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI)
- Arikunto, Suharsimi. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Assauri, Sofjan. (2015). *Pemasaran Dasar: Konsep dan Strategi*. (Jakarta: Rajawali Pers).
- Baihaqi, Muh. Nasrul. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Toko VanHellen Dalam Meningkatkan Penjualan (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)*, (Tulungagung)
- Basu, Swastha dan Handoko Tani. (1997). *Manajemen Pemasaran, (Analisis Perilaku Konsumen)*, (Bandung: Rosdakarya)
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya: Airlangga University)
- Cravens, David W. (1997). *Pemasaran Strategis Edisi Keempat Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga)
- Daryanto. (2001). *Manajemen Pemasaran*, cet ke – 1, (Bandung: PT. Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera)
- Departemen Agama RI, *AL – Qur'an dan Terjemahan*

- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka)
- Djakarta, Deka I. (2017) *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian*, (Semarang: Skripsi Univeritas Diponegoro) Diakses dalam http://eprints.undip.ac.id/35902/1/SKRIPSI_DJAKARTA
- Endang, Danial. (2009). “*Metode Penulisan Karya Ilmiah*”, (Bandung: Laboratorium PKn Universitas Pendidikan Indonesia)
- Eti, Kristina. (2019). *Strategi Pemasaran dalam Upaya meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada UKM Keripik Tempe Rizky Barokah Di Kota Malang*, (Skripsi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang). Diakses dalam <https://rinjani.unitri.ac.id/handle/071061/104>
- Fatoni, Siti Nur. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar – Dasar Ekonomi Islam)*, Cet. Ke – 1, (Bandung: Pustaka Setia)
- Gitosudarmono. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE – UGM
- Hardani, et all. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu)
- Hasan, Ali. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bisnis Syariah*. (Jakarta: Ghalia Indonesia)
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan)
- Ilahi, Muhammad Irham. (2019). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar). Diakses dalam <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/16368/>
- Ismanto, Kwat. (2009). *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Isnaini, Dawam. (2018). *Implementasi Bauran Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam pada Industri Batik Tulis Usaha Dagang Tiepoek Dan Usaha Dagang Setya Jaya Karang Trenggalek*, (Tulungagung). Diakses dalam <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9283/>

- Kamaruddin. (2017). *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam*, Laa Maisyir Vol. 4, no. 1, (Makassar: UIN Alauddin Makassar). Diakses dalam <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/lamaisyir/article/view/5089>
- Kashmir. (2014). *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali)
- Koesworodjati, Yudhi. (2006). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: FE UNPAS)
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. (1997). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga)
- Kotler, Philip. (2001). *Marketing Management*. (Terjemahan). (New Jersey: Prentice Hall)
- Kustiyah, Eny dan Irawan. (2010). *Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Volume Penjualan Di Pasar Malam Ngarsopuro Surakarta*, Jurnal Paradigma, Vol. 12, No. 01. Diakses dalam <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/>
- Lupiyoadi, Lambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat)
- Makmur, dan Saprijal. (2017). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. (Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, Vol. 3 No. 1). Diakses dalam <https://e-journal.upp.ac.id/index.php/Cano/article/view/1260>
- Maryana. (2017). *Analisis Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Busana Muslim Di Toko Rosidah Kota Bengkulu*, (Bengkulu: Skripsi IAIN Bengkulu)
- Miles dan Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode – metode Baru*, (Jakarta: UI Press)
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Mujayanah, Lumhatul. (2017). *Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada UD. Enggal Jaya Di Desa Dawung Kecamatan*

- Ringinrejo Kabupaten Kediri dalam Perspektif Islam*. (Skripsi: IAIN Tulungagung). <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5728/>
- Nisak, Zuhrotun. (2013). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif*. Jurnal Ekbis Vol. 9 No. 2. (Universitas Lamongan). Diakses dalam <http://docplayer.info/403413-Analisis-swot-untuk-menentukanstrategi-kompetitif-zuhrotun-nisak.html>
- Noorma, Nisa Dwi. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim di Butik Chacha Collection Tulungagung*. (Skripsi: IAIN Tulungagung). Diakses dalam <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/6327>
- Prastiwi, Qorry. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Pabrik Roti AlFaris Bakery Medan*, (Skripsi: Universitas Sumatera Utara). Diakses dalam <https://repository.uinjkt.ac.id>
- Prawirosentono, Suryadi. (2002). *Pengantar Bisnis Modern Studi Kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*, Cet. Ke – 1. (Jakarta: Bumi Aksara)
- Purwana, Agung Eka. (2010). *Strategi Menjaga Loyalitas Pelanggan*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press)
- Qardawi, Yusuf. (2004). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam, cetakan keempat, hadist nomor 1314, Bab Al – Bayuu'*, (Jakarta: Rabbani Press)
- Qardhawi, Muhammad Yusuf. *Halal dan Haram dalam Islam*.
- Rachmawati, Rina. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran)*, Jurnal Kompetensi Teknik Vol.2, No. 2, (Semarang: Univeristas Semarang). Diakses dalam https://www.academia.edu/30571207/Peranan_Bauran_Pemasaran_Marketing_Mix_terhadap_Peningkatan_Penjualan_Sebuah_Kajian_terhadap_Bisnis_Restoran

- Reality, Tim. (2008). *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. (Jakarta: PT. Reality Publisher)
- Rumpah, Julius C dan Mercus Santoso. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka)
- Rusdi, Moh. (2019). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya*, (Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 (2))
- Serdamayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. (Bandung: Refika Aditama)
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, (Jakarta: Gramedia)
- Simamora, Henry. (2006). *Manajemen Pemasaran Internasional*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Sudarmono, Gito. (2000). *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: BPFE – UGM)
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta)
- Suprpto, Rifqi dan M. Zaky Wahyuddin Azizi. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher)
- Swastha, Basu dan Irawan. (1983). *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty)
- Tika, Moh. Pabundu. (2006). *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara), hlm. 59
- Tjiptono, Fandi. (2008). *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset)
- Tjiptono, Fandy et.all. (2008). *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi)
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI)
- Tjiptono, Fandy.(2000). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*, (Yogyakarta: J&J Learning)
- Umar, Husein. (2006). *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Usmara, Usi. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books)
- Utomo, Setiawan Budi. *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*

Wawancara dengan Bapak Sunan *Selaku Karyawan PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

Wawancara dengan Bapak Adi *Selaku Distributor PT. Gemilang Logam*, Pada 29 Mei 2021 pada pukul 11.00

Wawancara dengan Bapak Yoyon *Selaku Pemilik PT. Gemilang Logam*, Pada 04 Juni 2021 Pukul 11.00

Wawancara dengan Ibu Syamsiah *Selaku Konsumen PT. Gemilang Logam*, Pada 05 Juni 2021 pada pukul 10.00

Yuliana. (1997). *Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). Diakses dalam <http://eprints.walisongo.ac.id/5476>

Yusanto, Muhammmad Ismail dan Muhammad Karbet Widjajakusuma. (2008). *Menggagas Bisnis Islam*,(Jakarta: Gema Insani, cet. Ke – 7)

Zevi, Irfan. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah). Diakses dalam <https://repository.uinjkt.ac.id/>

http://repository.iainpurwokerto.ac.id/5092/1/COVER_BAB%20I_BAB%20V_D_AFTAR%20PUSTAKA.pdf, diakses 22/01/2021 pukul 08.57

<http://repository.radenintan.ac.id/494/>, diakses pada 22/01/2021 pukul 08.45

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/37992>, diakses pada 22/01/2021 pukul 08.43

<https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6686>, diakses 22/01/2021 pukul 08.57

<https://kbbi.kata.web.id/manajemen-pemasaran/>