

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. (2015). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda). *Journal Administrasi Bisnis, Vol. 3, No.1.*
- Abrori, M. (2015). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda. *Jurnal Syamil, Vol. 3, No.1.*
- Akbarina, F. (2018). *Pengantar Bisnis*. Malang: Polinema Press.
- Aliansyah, M. R., & Ali, D. S. (Desember 2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Kasus Forever Young Crew). *Jurnal e-Proceeding of Management, Vol. 4, No.3.*
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate Strategi Dan Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alwi, H. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Andrew, J. (2021). Analisis Pengaruh E-Wom , Online Review , Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Market Place Tokopedia. *Jurnal UNTAR, Vol. 5, No. 1.*
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Perusahaan Dasar, Konsep & Strategi Edisi Cetakan ke 14*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Az, M. (2012). *Reformation Marketing Sekolah: Cara Cerdas Membesarkan Sekolah*. Surabaya: Bening Pustaka.
- Azizah, S. N., & Muhfiatun. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi PasarModern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Jurnal Aplikasi Ilmu Agama, Vol. 17, No. 2.*
- Bakhri, S., Leliya, & Purnama, L. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vol. 3, No. 2.*

- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Riset Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Carolina, E., Santoso, I., & Panji, D. (2014). Pengaruh Marketing Mix (7P) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar Di Malang. *Jurnal Teknologi Pertanian, Vol. 15, No. 3*.
- Furchan, A. (1992). *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, I. (2008). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Cetakan 3*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hazami, F., & Ayuningtyas, R. D. (2018). Strategi Marketing Mix Perspektif Ekonomi Islam pada Hotel Semesta di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.13,No.2*.
- Jakfar, K. d. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Jumingan. (2014). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (1987). *Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mahardhika, W. B., & Sunariani, N. N. (Januari 2016). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.16, No. 1*.
- Maleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- Mandasari, D. J. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. Vol. 13 No. 1.
- Masogi, M. A. (2014). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan Produk Telkomsel Pada PT. Ardan Masogi di Kabupaten Pinrang*. Makassar: tidak diterbitkan.
- Masrur, M., & Irwani, A. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Batik Kelurahan Banyurip Pekalongan Dengan Pendekatan Marketing Mix Berbasis Syariah. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 1.
- Moleog, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moriansyah, L. (Desember 2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequens. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, Vol. 19 No. 3, 194.
- Mubarok, N. (Juni 2017). Strategi Pemasaran Islam dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *Jurnal –Economic*, Vol. 3, No. 1.
- Mursid, M. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nugroho, H. (2014). Pengaruh Media Sosial Facebook dalam Peningkatan Penjualan Bisnis Online. *Jurnal ISSN: 1979-911X, A-167*, 45.
- Poluan, F. M., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. (2019). Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal EMBA*, Vol. 7 No. 3.
- Pratiwi, A. M. (Januari 2021). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Satyagraha*, Vol. 03, No. 02.
- Purnama, L. (2001). *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Racmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol. 2 No. 2.

- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokkan Pesaing*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Rangkuti, F. (2002). *Creating Effective Marketing Plan: Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer Values dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Nurrudin, & Arfa, A. (2012). *Islamic And Economics Ethics*. Jakarta: PT Bumi Angkasa.
- Rizky, N., & Setiawati, S. D. (Oktober 2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe Sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Komunikasi, Vol.10, No.2*.
- Rofa'ah. (2016). *Pentingnya Kompetensi Guru dalam Kegiatan Pembelajaran dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rohmah, N. A., & Suprayitno, H. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Es Krim Khas Kota Blitar Es Drop di Makam Bung Karno. *Jurnal Translitera, Vol 4 No 2*.
- Santosa, E. C. (2004). Peran Garansi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dalam Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen Maranatha, Vol.3*.
- Sayogo, D. S., & Yuli, S. B. (2016). Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial bagi Pengrajin Batik. *Jurnal Studi Kasus Inovasi Ekonomi, Vol. 02, No. 01*.
- Silviana. (2012). Penerapan Strategi Pemasaran Marketing Mix (Studi Kasus pada PT. Batik Dinar Hadi). *Jurnal Widya Teknika, Vol. 20, No.1*.
- Solusu. (2006). *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: PT. Grasindo Anggota IKAPI.
- Sondang, P. S. (2008). *Manajemen Stratejik, Cetakan Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, R. (1996). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sukirno, S. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Supriana. (1985). *Dalam Sektor Swasta dan Industrialisasi*. Jakarta: CSIS.
- Supriyono. (1985). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Suryati, & Lili. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sutanto, S. B. (2012). Laporan Biaya Kualitas Sebagai Upaya Pengendalian Kualitas Produk Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, Vol 1, No. 2*.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: ANDI.
- Swastha, B. (1989). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B. (1998). *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B., & Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafrudin. (2018). Pemasaran Produk Distributor Outlet Dalam tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Al-Mustashfa, Vol.3, No.2* .
- Tanzeh, A. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tehubijuluw, F. K., & Sari, D. P. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Pester Power, dan Heritage Terhadap Keputusan Pembelian Biskuit Merek Roma Malkist. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 12 No. 1*.

- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triyaningsih, S. L. (April 2012). Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 1*.
- Wibowo, D. H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29, No.1* .
- Wulandari, A. (2011). *Batik Nusantara: Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Yogyakarta: ANDI.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.