

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Ela Nur, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada UKM yang Telah Bersertifikasi Halal Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Usaha Home Industri Kelapa Lestari, Blitar)*, Tulungagung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2019.
- Afiff Faisal, *Menuju Pemasaran Global*, Bandung: PT. Eresco 1994
- Aini Hidayatul, "Strategi Pemasaran Usaha Kerupuk Tortila Fil'os Sejahtera Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri Lombok Barat "Perspektif Ekonomi Islam", Mataram, *Skripsi*, UIN Mataram, 2016.
- Alma Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Dalam https://help.grab.com/driver/id/115014920008-keuntunganGrabFood?launch_path=N%2FA. (Diakses tanggal 28 Januari 2019, pukul 21.30 WITA).
- Dalam [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab_\(aplikasi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab_(aplikasi)), (diakses tanggal 28 Januari 2019, pukul 21.00 WITA).
- Kementerian Agama Republik Indonesia, 2012, *Al- Qur'anul Karim Tafsir Per Kata Tajwid Kode*, Jakarta: AL-Fatih, Hal 122
- Djakfar Muhammad, *Etika Bisnis Islam Tataran, Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press, 2008
- Fahmi Irham, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Foster D.W, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1985.
- Guntur Achmad Fauzan, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Gas Elpiji 3 Kg Pada PT Putra SINBAR Di Kabupaten Sinjai, Makasar*: Universitas Hasanuddin, 2014.

- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga 2009.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Kumalasari Nindi Retno, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk di Toko Ismart dan Indomaret Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020.
- Listama Reni, “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di Toko Akahijab Tulungagung Ditinjau dari Ekonomi Islam*”, Tulungagung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2018.
- Martono Bambang Heru dan Susatyo Herlambang, *Pengantar Ilmu Bisnis*, Yogyakarta: Parama Publishing, 2014.
- Nadya, “*Peranan Media Interaktif Dalam Mengembangkan Usaha Makanan Ringan*”, dalam *Jurnal RupaRupa*, Vol.12, No. 5, 2016.
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama Widia, 2011.
- P3EI UII-BI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- P Siagian Sondang, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Bumi Aksara, 1998.
- Rangkuti Freddy, *Creating Effective Marketing Plan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Risanty Ayu Puspita, *Strategi Pemasaran Mini Market Fanaha Mart Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*, Tulungagung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2020.
- Rusdi Moh, “*strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng Ud. Berkah Jaya*”, (*Jurnal study Manajemen dan Bisnia*), Vol. 6, No 2

- Sari Peonita, Pengaruh Marketing Mix Terhadap peningkatan penjualan pada UKM pengrajin Batik Kayu Kerbet, Bantul Yogyakarta: Universitas Alma Ata, 2017.
- Sedjat Renita Sri, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Sholihin Ismail, *Manajemen Strategik*, Bandung: Erlangga, 2012.
- Sofyan Riyanto, *Bisnis Syariah Mengapo Tidak?*, Jakarta: Gramedia, 2011. Sukirno Sadono, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Swasta Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 1998.
- Sedarmayanti, *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama, 2015.
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Wahyudi Sandy, *Entrepreneurial Branding and Selling*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Wibowo Mohamad Emir dkk, “Strategi Pemasaran Sosis Siap Makan (Studi Kasus: PTPrimafoof Internasional)”, (journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/), Vol.13, No.1