

DAFTAR PUSTAKA

- Adam,Panji. (2021). *Fikih Muamalah Kontemporer Perkembangan Akad-akad dalam Hukum Ekonomi Syariah*, Malang:Intelegensia Media.
- Aditama,Roni Angger. (2020). *Pengantar Manajemen*, Malang:AE Publising.
- Anggito,Albi & Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: CV Jejak.
- Anogara,Panji. (2011). *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ansori,Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Azhar Harry. (2017). *Analisis Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Pengiriman Barang dan Jasa Ditinjau dari Etika Bisnis Islam*, Bandar Lampung: PT JNE Exspress Cabang Utama Kota Bandar Lampung.
- Bayanuloh,Ikhsan *Marketing Syariah*. (2019). Yogyakarta:Dee Publish.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (2016). Bandung: Alfabeta.
- Departemen Agama RI. (2009). *Al-Qur'an dan Terjemah*, Bandung: CV. Penerbit Diponegoro.
- Effendy Amin Aidil. (2019). *Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys. , Jurnal Ilmiah Feasible, Vol. 1 No.1.*
- Fahmi Irham. (2014). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta.
- Fawzi,Marissa Grace Haque dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang Selatan:Pascal Books.
- Fuad.M,dkk. (2006). *Pengantar Bisnis*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Handayani,Tati dan Muhammad Anwar Fathoni. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta:DEEPUBLISH.
- Haqi Munadiya Masna. (2020). *Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Perkembangan Usaha di Alina Fotokopi Ponorogo*, Ponorogo:Skripsi Tidak Diterbitkan

- Harahap, Sunarji. (2017). *Implementasi Manajemen Syariah dalam Fungsi-Fungsi Manajemen.* , Jurnal At-Tawassuth Vol.2, No. 1.
- Haryanto,Rudy. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Pamekasan:Duta Media Publishing.
- Herujito,Yayat.M. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Grasindo Media.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Grasindo.
- Heryanti,Pantri dan Taufani C. Kurniatun. (2021). *Pemberdayaan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak sebagai Pengembangan Potensi Usaha Kecil Warga*, Pasuruan:CV Qiara Media.
- Irawan Dedi. (2019). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Lampung:Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Jaiz, Muhammad. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Karim, Djamaluddin, dkk. (2014). *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan pada PT. Manado Sejati Perkasa Group.* , Jurnal EMBA Vol. 2.
- Kartono,Kertini. (1996). *Pengantar Metodologi Research Sosial*, Bandung: Mandar Maju.
- Kotler dan Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi VIII Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy.J. (2012). *Motodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musfar Tengku Firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Neuman, L.W. (2003). *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*, New York: Pearson Education.
- Ni'matul Maula. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Sandal Perspektif Ekonomi Islam*, Purwokerto:Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Oktarini,Riri. (2022). *Strategi Pemasaran*, Surabaya:Cipta Media Nusantara.

- Pahleviannur, Muhammad Rizal dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukaharjo: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Parakassi Idris. (2020). *Pemasaran Syariah Era Digital*, Lindan Bestari.
- Pierce, John A ,dkk. (2007). *Strategic Management Formulation, Implementation, and Control*, McGraw-Hill.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Deepublish.
- Salim dan Haidar. (2019). *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan, dan Jenis*, Jakarta: Kencana.
- Sari Eka Febriana. (2020). *Strategi Marketing Mix pada Hijab di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar*, Tulungagung:Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Malang:UB Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Surveyandini, Mayla. (2022). *Strategi Pemasaran Ampuh*, Makassar: CV Nas Media Pustaka.
- Susangka, Indra dan Rahmad Rusmayadi. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Minimarket Minimart '90 Bandung*, Bandung:Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen*, Yayasan Kita Menulis.
- Tarigan, Azhari Akmal. (2012). *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*, CitaPustaka Media.
- Waseso Ratih. (2021). Prioritas Program Kemenkop UKM di Tahun 2022, <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-prioritas-program-kemenkop-ukm-di-tahun-2022>, diakses pada tanggal 12 Agustus 2022 pukul 11.01 WIB.
- Wijaya, Andy dkk. (2021). *Ilmu Manajemen Pemasaran : Analisis dan Strategi*, Yayasan Kita Menulis.
- Yanti Putro Delvi. (2020). *Analisis Penerapan Marketing Mix untuk Meningkatkan Penjualan pada Souvenir Aceh*, Banda Aceh:Skripsi Tidak Diterbitkan.