

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Aghniya, F. U., & Komala, A. R. (2022). Lebarakan Sayap Penjualan Melalui Marketplace. *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting*, II(1), 113.
- Ahmad, B., & dkk. (2020). Penerapan Studi Lapangan dalam Meningkatkan Kemampuan Analisis Masalah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sisiologi Iisip Yapis Biak). *Jurnal Nalar Pendidikan*, 8(1), 63-72.
- Al-Baihaqi, & Ahmad bin al-Husain bin Ali bin Musa Abu Bakar. (1994). *Sunan al-Baihaqi al-Kubra*. Makkah: Maktabah Dar al-Baz.
- Ayas, D. R. (2018). Analisis Strategi Pembangunan Sumber Daya Aparatur dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai di Badan Kepegawaian Serdang Bedagai. *Jurnal Publik Reform UND HAR MEDAN*, V(1), 87. Dipetik Agustus 09, 2023, dari <https://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/jupublik/article/view/500>
- Basu, S., & Irawan. (1983). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Budi, H. S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Toko Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Online Alisha Shop Di Marketplace). *Skripsi*, 15-30.
- Cahya, A. D., & dkk. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *Economic, Accounting, Management and Business*, IV(3), 506.
- Djakarta, D. I. (2017). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.
- Fakhrudin, A., & dkk. (2022). *Bauran Pemasaran*. Sleman: Deepublish.
- Farida, L. (2022). Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi kasus UMKM Sektor Fashion di Malang). *Jurnal Manajemen*, XII(2), 215.
- Fatoni, S. N. (2014). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fawzi, M. G., & dkk. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan*

Implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books.

- Gitosudarmono. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hayati, L. (2012). Pengembangan Budaya Belajar dan Dampaknya Terhadap Mutu Layanan Pembelajaran Di Sekolah Alam. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 93. Diambil kembali dari repository.upi.edu
- Hendar. (2010). *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta : Erlangga.
- Hendrayani, E., & dkk. (2010). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Median Sains Indonesia.
- Huberman, M. M., A.M, & J, S. (2014). *Qualitative Data Abalysis, A methods Sourcebook*. Dalam T. Rohindi, *Edition 3* (hal. 31). Jakarta: UI Press.
- Imam Machfudin, *Company Profile UD. Bintang Antik Sejahtera*
- Juliansyah, E. (2017). Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ekonomak, III(2)*, 23-25. Dipetik September 2023, 13, dari <https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/download/48/32>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (t.thn.). Dipetik Oktober 18, 2023, dari Strategi: <https://kbbi.web.id/strategi>
- Kartini , K. (1997). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2013). *Al-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara/Penafsir Al-Qur'an.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2013). *AL-Qur'an dan Terjemah*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara/Penafsir Al-Qur'an.
- Khofifah, R. (2022). Pemanfaatan Marketplace Shopee Sebagai Media. *Skripsi*, 1-10.
- Kolter, & Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maleong, L. J. (1990). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Metodologi penelitian kualitatif.
- Marco, R., & Ningrum, B. T. (2017). Analisis Sistem Informasai E-Marketplace Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Kerajinan Bambu Dusun Brajan. *Jurnal Ilmiah DASI, XVIII(2)*, 49.

- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi*, II(1), 22.
- Maulidyyah, A. R., & Qadariyah, L. (2023). Analisis Strategi Marketing Berbasis Marketplace Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Makanan Khas Kota Gresik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Umkm Jajanan Syar'i Kota Gresik). *Jurnal Kaffa*, II(1), 1-2.
- Mukarromah , S., & dkk. (2018). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Baju Senam Grosir.Com. *Jurnal Eksekutif*, 15(2), 216-333.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, III(1), 3.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. DYZA Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi*:59, 3-8.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Farida Nugrahani.
- Purwana , A. E. (2010). *Strategi Menjaga Loyalitas Pelanggan*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press.
- Rahmadani, N., & dkk. (2021). Pemanfaatan Marketplace Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Ponsel. *Pemberdayaan Sosial dan Teknologi Masyarakat*, I(2), 189-192.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rully , I., & Popy, Y. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aitama.
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Jurnal staidimakassar*, 3.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 49-54.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: SAH MEDIA.
- Saribu, H. D., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembagn Produk,

- Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Penjualan pada PT.Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, VI(1), 3.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia.
- Sinamamora, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofyan, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudiantini, D. (2022). *Manajemen Strategi*. Banyumas: Pena Persada.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif dan Tesis*. Yogyakarta: Suka Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsini, A. (1989). *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*. Jakarta: Bina Aksara.
- Suharsini, A. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suprpto, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan di Kota Lamongan. *Jurnal penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, IV(3), 2. Diambil kembali dari <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/271/257>
- Suprpto, R., & Azizi, M. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Swastha, B., & Irawan. (1983). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syaputra, D. Y. (2021). Konsep Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Sebagai Penerapan Marketing 4.0. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, II(6), 939-940.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Ultimawati, P. (2020). Penerapan Strategi Promosi Pada Marketplace Indonesia. *Skripsi*, 74.
- Veithzal, R. (2012). *IslamiMarketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis*

dengan *Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Widiyanti, W., & Nurmawati, H. (2022). Penggunaan Marketplace sebagai Media Pemasaran Online Peralatan Rumah Tangga. *Jurnal Administrasi Bisnis*, II(2), 72-73.

Widyasari, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam. *Skripsi*, 2-5.

Yustiani, R., & dkk. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bsins di Era Teknogni Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, VI(2), 45.

Zikmun, & Babin. (2010). *Menejelajahi Riset Pemasaran Buku 1 Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.

Wawancara dengan Bapak Imam Machfudin, Pemilik UD. Bintang Antik Sejahtera, Pada Tanggal 4 Januari 2024 Pukul 14.00 WIB

Wawancara dengan Frido Winata, Karyawan UD. Bintang Antik Sejahtera, Pada Tanggal 4 Januari 2024 Pukul 15.00 WIB

Wawancara dengan Bapak Budi Utomo, Konsumen UD. Bintang Antik Sejahtera, Pada Tanggal 5 Januari 2024 Pukul 10.00 WIB

Wawancara dengan Aning Okta, Karyawan UD. Bintang Antik Sejahtera, Pada Tanggal 10 Januari 2024 Pukul 15.00 WIB