

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M. K., & Febriyanti, N. 2020. Penyusunan strategi pemasaran Islam dalam berwirausaha di sector ekonomi kreatif pada masa pandemic covid-19;. *El Qish-Journal Of Islamic Economics and Bussines*, 10(2).
- Abdullah, A. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Al-Albhani, M. N. 2007. *Shahih Sunan Ibnu Majah Buku 2*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Alfioni, S., Idwal, & Muttaqin, F. (n.d.). *Strategi Marketing Syariah dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Toko Adzkia Kelurahan Kebun Geran Kota Bengkulu*. diakses 7 September 2024.
- Ali, H. 2010. *Marketing Dan Bank Syari'ah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Alimin, Muhammad. 2004. *Etika Dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari, & Priansa, D. J. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari, et al. 2016. *Manajemen bisnis syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. 2021. Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasi

Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 4(2).
([https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)), diakses
pada 7 September 2024.

Arham, M. 2010. "Islamic Perspectives on Marketing," *Journal of Islamic Marketing* 1, no. 2: 149–64

Arif, M. N. R. A. 2010. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung: Alfabeta.

Arinawati, E., & Suryadi, B. 2021. *Penataan produk (C3) kompetensi keahlian: Daring dan pemasaran*. Gramedia Widiasmara Indonesia.

Assauri, S. 2011. *Manajemen pemasaran*. (Edisi ke-16). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Assauri, Sofjan. 2016. *Strategic Management*. Jakarta: PT Rajawali Pers.

Astri, R. B., et al. 2021. *Manajemen komunikasi pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Bahtiar, R. (n.d.). Efektivitas pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4).

Banjarnahong, A. R., dkk. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis. Budio, S. 2019. *Strategi Manajemen Sekolah*. *Jurnal Menata*, 2(2), 58.

Cangara, H. 2017. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Daryono. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Departemen Agama RI. 2000. *Alquran dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Diana Lestari, M. Masruchin, dkk. 2022. Penerapan strategi pemasaran syariah pada UMKM franchise pentol Kabul dalam meningkatkan pendapatan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 5(1), 9243. ([https://doi.org/10.25299/jtb.vol5\(1\)](https://doi.org/10.25299/jtb.vol5(1))). Diakses pada tanggal 7 September 2024
- Dimas Hendika Wibowo, Z. Arifin, & Sunarti. 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 60.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi, teori dan praktek, komunikasi dalam sebuah organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fina, S. 2020. *Strategi Promosi Pengembangan Wisata Pinus Ecopark Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study pada Wisata Pinus Ecopark di Lampung Barat)* (Disertasi). IAIN Metro.
- Fredy, R. 2009. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Habiburrahman. 2017. Strategi Promosi Pariwisata Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi*, vol 22, no 2. (<https://doi.org/10.24912/je.v22i2.219>). diakses pada 09 Desember 2024.
- Hajar Swara Prihatta. 2018. Pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 13.
- Hajar, I. A. 2013. *Bulughul maram dan dalil-dalil hukum*. Jakarta: Gema Insani.
- Hanafi, M. H. 2003. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit.
- Hasan, M. I. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Hasil Wawancara bersama Bapak Sutarno bagian distribusi, pada tanggal 28 Oktober 2024
- Hasil Wawancara Bersama Mba Nesya Konsumen dari UMKM Tape Maharani pada tanggal 7 Desember 2024
- Hasil Wawancara bersama Mbah Mini bagian pengolahan, pada tanggal 28 Oktober 2024
- Hasil Wawancara dengan Ibu Giyarti selaku warga Desa Keboireng pada 6 Desember 2024
- Hasil Wawancara dengan Ibu Iva selaku Pelanggan dari UMKM Tape Maharani pada 6 Desember 2024
- Hasil Wawancara dengan Ibu Suratun (Pemilik UMKM Tape Maharani Tulungagung), pada 6 September 2024
- Hasil Wawancara dengan Ibu Suratun (Pemilik UMKM Tape Maharani Tulungagung), pada 28 Oktober 2024

- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. 2016. STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN LUSCIOUS CHOCOLATE POTATO SNACK. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(1), 87–96. (<https://doi.org/10.37715/jp.v1i1.108>). Diakses pada tanggal 7 September 2024.
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hermawan, K., & Sula, M. S. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Ika, R., dkk. 2022. “Strategi Promosi Perspektif Ekonomi Islam Guna Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Wisata Edukasi “Kampung Nanas” Desa Palaan Kabupaten Malang”. *Al-Tsaman: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(1), 89-99. Jember: UAS-Press.
- Irene, S., & Darus, P. 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Irwanto, Agus, Fatkur Rohman, & Noermijati. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word of Mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek”. *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol. 11 No. 1.
- Ismail, Y., & Abdullah, K. (2011). Malaysian consumers’ experience with deceptive marketing practices of sellers: An Islamic perspective. In O. M. Zain (Ed.), *Readings in marketing: An Islamic perspective* (pp.). Kuala Lumpur: IIUM Press.

- Jumingan. 2011. *Studi Kelayakan Bisnis: Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: PT Bumi Aksar.
- Kalimah, S., & Fadilah, N. 2017. *Marketing Syariah: Hubungan antara Agama dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM IAI Ibrahimy Genteng Press.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2016. *Kewirausahaan* (Edisi Revisi). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kertajayan, Hermawan dan M. Syakir Sula. 2008. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Kiki, J. 2018. Pengaruh word of mouth terhadap kepuasan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 4(1), 73.
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Millennium*, terj. Rusli, Rony A. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Livia, M. H., & Endro, W. 2024. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(1), 87–96. (<https://doi.org/10.37715/jp.v1i1.108>), diakses pada 7 September 2024.

- M. Nur Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Mahilda, A., & Renny, O. 2021. Strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan daya saing umkm kerupuk desa tlasih tulangan sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 4(2). [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)
- Makmur, & Saprijal. 2015. Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41-56.
- Marzuki, I., & Ramdaniah, F. 2019. Strategi pemasaran pedagang sembako dalam meningkatkan taraf ekonomi perspektif ekonomi Islam. *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1). <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i1.2139>
- Morissan. 2006. *Pengantar Public Relations Strategi Menjadi Hum as Profesional*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Nabila, V. E., Masruchdin, dkk. 2022. Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1), ([https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9358)), diakses pada 7 September 2024.
- Nurahmi, H. 2012. *Manajemen pemasaran bagi pendidikan ekonomi*. Pekanbaru: Suska Press.
- Oci, Yunita and Mahari. 2012. *Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad*. Bandung: Al-Maghfiroh.

- Onong, U. E. 2011. *Ilmu komunikasi, teori dan praktek, komunikasi dalam sebuah organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. 2022. Peran word of mouth memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 11(3), 443–463.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Udayana Press.
- Putri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Udayana Press.
- Rambat Lapiyadi. 2001. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT. Salemba Emba Patria.
- Rangkuti Freddy. 2009. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Jakarta: PT Gramdia Pustaka Utama.
- Rivai, V. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Kota Makassar: CV Sah Media.
- Samsul, A. 2020. *Sales management strategi menjual dengan pendekatan personal*. Yogyakarta: SALMA IDEA.
- Sentot, I. W. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sesra, B. 2019. *Strategi Manajemen Sekolah*. Jurnal Menata, 2(2), 58.
- Sholihin, Ahmad Ifham. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT Gramedia.

- Sigit, S. 2007. *Marketing praktis*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Siti, L. Z., & Firmansyah, F. 2019. Implementasi Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Bangunan Tunggal Tata di Tuban Jawa Timur. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(1).
- Sofjan Assauri. 2010. Manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sovita Alfioni, Idwal, dan Faisal Muttaqin. 2023. “Strategi Marketing Syariah dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Toko Adzkia Kelurahan Kebun Geran Kota Bengkulu”. 1. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)* Edisi Juli 2023 Vol 6 No 2. (<http://jurnal.umb.ac.id/index.php/jamekis/article/view/4889/3460>). Diakses pada tanggal 7 September 2024
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Sigit. 2007. *Marketing praktis*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo W. 2007. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 3. Jakarta: Erlangga.

Tedjasatesan. 2001. *Strategi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.

Tengku, F. M. 2020. *Manajemen pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Tjiptono, F. 2014. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang Pasal 1 No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Widya, A. P., & Oktafia, R. 2020. “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada Ud. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo”. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), (<https://doi.org/10.32507/ajei.v11i2.709>), diakses pada 7 September 2024.

Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Susilawati, P. S. (n.d.). Strategi Pemasaran syariah dalam Meningkatkan Penjualan Kaset pada UD. Aditya Juragan Kaset Kecamatan Cikanung Kabupaten Bandung. Diakses 7 September 2024.

Y Abdullah, K. and Ismail. 2011. Malaysian Consumers' experience with Deceptive Marketing practices of Sellers: An Islamic Perspective”, in Zain, O.M. (Ed.), *Readings in Marketing: An Islamic Perspective*. Kuala Lumpur: IIUM Press.

Zulkarnain. 2012. *Ilmu Menjual (Pendekatan Teori dan Kecakapan Menjual)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.