

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Atica Qurrotun, and Rachma Indrarini. "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Maqashid Syariah Pada Penjualan Produk Pakaian Muslimah di Branded Moslemwear." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 8, no. 2 (August 2025): 65–75. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v8n2.p65-75>.
- Ali Hasan. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Arif Furchan. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional, 1992.
- Arif Wibowo. *Maqoshid Asy Syariah: The Ultimate Objective of Syariah*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012.
- Busyro. *Maqashid Al-Syariah: Pengetahuan Mendasar Memahami Masalah*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Christine, Christine, and Wiwik Budiawan. "Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang)." *Industrial Engineering Online Journal* 6, no. 1 (2017). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928>.
- Dewi Sadihah. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Eko Sudarmanto, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Erika Revida, Rolyana Ferinia, Marisi Butarbutar, and Andriasan Sudarso. *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Feny Rita Fiantika, Mohammad Wasil, Sri Jumiati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Erland Mouw, Jonata, and Imam Mashudi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Fitriannas, Yulvika, Mukson Mukson, and Kustopo Budiraharjo. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pembelian Produk Selada Hidroponik CV. TFP." *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian* 9, no. 3 (June 2024): 274–84. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v9i3.1127>.
- Freddy Ranguti. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.

- Fure, Hendra. "LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, no. 3 (July 2013). <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2023>.
- Hasan, Ali. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Irdha Yanti Musyawarah and Desi Idayanti. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagus Di Kecamatan Mamuju." *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 (2022): 1–13.
- Jatmiko, Novi Satria. "Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM." *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (November 2022): 253. <https://doi.org/10.30872/plakat.v4i2.8955>.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Marketing Mix*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. England: Pearson Education Limited, 2016.
- Larasati, Suci, and Moh Kadri. *Analisis Strategi Pemasaran di Toko Najwa Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan*. 1 (2021).
- Lexy J and Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Lupi, Fadel Retzen, and Nurdin Nurdin. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN E-COMMERCE PADA TOKOPEDIA.COM." *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer* 2, no. 1 (December 2016): 20–29.
- Majidah, Siti, and Istianah Istianah. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P Di Era 5.0 Berbasis Maqā'īd Syar'ah." *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH* 6, no. 1 (April 2023): 59–76. <https://doi.org/10.30595/jhes.v6i1.14690>.
- Mamonto, Felisa W., Willem J. F. A. Tumbuan, and Mirah H. Rogi. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PODOMORO POIGAR DI ERA NORMAL BARU." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 2 (April 2021). <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33281>.
- Miles and Huberman. *Qualitative Data Analysis "A Methods Sourcebook Edition 3."* India: SAGE Publication, 2014.

- Mochammad Rizaldy Insan Baihaqqy. *Manajemen Pemasaran (Marketing Mix Dan Loyalitas)*. Jawa Tengah: CV Amerta Media, 2023.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Nasution, Muhammad Irfan, Muhammad Andi Prayogi, and Satria Mirsya Affandy Nasution. “ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 1, no. 1 (2017).
- Nurchoiri, Icksan, Masyhudan Dardiri, and Tri Sudarwanto. “Marketing Mix Strategi Pada Supermarket Sakinah Berdasarkan Maqashid Syariah.” *JURNAL ILMIAH RESEARCH STUDENT* 1, no. 4 (January 2024): 223–31. <https://doi.org/10.61722/jirs.v1i4.1038>.
- Nurfajriani, Wiyanda Vera, Muhammad Wahyu Ilhami, Arivan Mahendra, Muhammad Win Afgani, and Rusdy Abdullah Sirodj. “Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif.” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 17 (September 2024): 826–33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>.
- Nurma Dewi, Arsha, and Donny Setiawan. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot).” *GREAT: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (January 2024). <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>.
- Nuzula, Sayda Firdausi, Nilna Fauza, and Dhiya’u Shidiqy. “Strategi Marketing Mix Klinik Paradise Parisudha Desa Sumberagung Plosoklaten Kediri dalam Meningkatkan Volume Penjualan.” *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 1 (June 2024): 104–21. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v4i1.1461>.
- Philip Kotler and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. 12th ed. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran. Edisi 15*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Pranata, Chandra Dwi. “Bos Ritel Bongkar Alasan GS Supermarket Tumbang dan Mau Tutup Total.” *CNBC Indonesia*. Accessed April 21, 2026. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250508075130-4-631936/bos-ritel-bongkar-alasan-gs-supermarket-tumbang-dan-mau-tutup-total>.
- Romli, Nada Arina, Sifra Varah Veronika Lena, Chairul Pua Tingga, Maria Apsari Sugiat, and Endah Widati. *Marketing 4.0: Konsep Dan Implementasinya*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2022.

- Sabar Napitupulu and Nirwana Tapiomas. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rileni Sudeco, 2021.
- Sholahuddin, Sholahuddin. “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah (9P) Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi* 1, no. 2 (July 2021): 103–17. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v1i2.12>.
- Sholehuddin, Mohammad. “Analisis Strategi Marketing Mix Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Toko Al-Ikhwan Di Kabupaten Lumajang.” *ILTIZAMAT: Journal of economic sharia law and business studies* 1, no. 2 (June 2022): 171–83. <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v1i2.631>.
- Sholihah, Alfari Hatus, and Muhammad Alhada Fuadilah Habib. “Strategi Bauran Pemasaran dan Rantai Pasok dalam Meningkatkan Usaha Penjualan Bakpia Basah Ahmad’s Family.” *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal* 3, no. 1 (December 2023). <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i1.170>.
- Siri, Rusli, Rahmi Rahmi, and Andi Faisal Syam. “Strategi Marketing Mix Berbasis Syariah Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.” *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 1 (June 2025): 159–81. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2365>.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suhaimi, Suhaimi, Muhamad Rezi, and Maman Rahman Hakim. “AL-MAQÂSHID AL-SYARÎ’AH.” *Sahaja: Journal Sharia and Humanities* 2, no. 1 (May 2023): 153–70. <https://doi.org/10.61159/sahaja.v2i1.13>.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: PT Salemba Empat, 2003.

- Wahyudi, Andika Jaya Maulana, Rinto Widiyanto, Aesty Rahayu, and Ibrahim Rully Effendy. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Widjaja. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran Strategi*. Jakarta: Marvarindo, 2008.
- Yudiarno, Feby Septiansah, Imamatur Rofi'a, Risma Dwi Cahyani, and Nur Hayati. "Optimalisasi Strategi Pemasaran BUMDes Melalui E-Commerce Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BUMDes Madu Sejahtera Desa Segoromadu)." *Buletin Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa* 1, no. 1 (September 2021): 1–12. <https://doi.org/10.21107/bpmd.v1i1.11976>.
- Yusi Faizathul Octavia. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat: SEVAL, 2022.
- Zaidulloh, Fahrudin, Fariz Dani Ahsan, Hilmi Hanifuddin, Tri Hartanto, Devi Purwanti, and Syaiful Ma'ruf. "Analisis 7P (Marketing Mix Syariah Atau Bauran Pemasaran Syariah) Pada Produk Keripik Pisang Lestari Arjosari." *Macrovia : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (February 2025): 39–56.
- Zatadini, Nabila, and Syamsuri Syamsuri. "Konsep Maqashid Syariah Menurut Al-Syatibi Dan Kontribusinya Dalam Kebijakan Fiskal." *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics* 3, no. 2 (December 2018): 1–16. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v3i2.587>.
- Zulaikah, Retno Dewi, and Lukita Permanasari Cepy Nurmalia Wahyuningtias. "Optimizing the Multiplier Effect of Religious Activities on Local Economic Empowerment: Perspectives from Maqashid Syariah and Marketing Mix." *YUME : Journal of Management* 9, no. 1 (December 2025): 791–803. <https://doi.org/10.37531/yume.v9i1.10985>.
- Zulfa, Nurhajjah, Nila Nur Millah, Nuratin Nuratin, and Kartika Novitasari. "KONSEP MAQASHID SYARIAH DALAM PRAKTIK STRATEGI PEMASARAN TIKTOK DENGAN LANDASAN ETIKA BISNIS ISLAM." *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics* 1, no. 2 (December 2023): 79–94. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>.