

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, D. I. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Aisyah, S., Sulaiman, S., & Maryah, M. (2020). "Strategi Pemasaran HNI-HPAI dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen". *Syariah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 101-122.
- AKMAL, J. (2021). *Inovasi Ala Jondri*. Guepedia.
- Alimin, E., dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Nusa Tenggara Barat: Seval.
- 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), 431-444.
- Antara, M., & Yogantari, M. V. (2018). "Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi Industri Kreatif". *Senada (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, Vol. 1., 292-301.
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Sleman: Deepublish.
- Arina, R., Nada., dkk. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Arwani, A. (2019). "Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Batik Kelurahan Banyurip Pekalongan dengan Pendekatan *Marketing Mix* Berbasis Syariah". *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 42-63.
- Ayesha, I., dkk. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Get Press.
- Desnica, P., Widiawati, D., & Nugraha, A. (2019). "Pengembangan Dekorasi Warna pada Anyaman Pandan Tasikmalaya". *Dinamika Kerajinan dan Batik*, 36(1), 71-80.
- Dewi, R., Muzdalifah, M., Nuryadin, M. R., & Rakhmatullah, A. (2018). "Potensi dan Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Anyaman di Kabupaten Tapin". *Ecoplan*, 1(1), 27-35.
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: Leutikaprio.
- Effendi, N. I., dkk. (2022). *Strategi Pemasaran*. Padang: Eksekutif Teknologi.
- Fadah, I., Vijonta, D. K., Sofianti, S. P. D., & Yuswanto, I. B. (2022). "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Bertengkuhan Prinsip Syariah (Studi Kasus: Meryva Shop Di Kulonprogo, Yogyakarta)". *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 23-29.

- Fauzia, I. Y. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Fuad, M. dkk. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Sleman: Deepublish.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Books.
- Hardiyanto, F. (2020). "Analisis *Marketing* Syariah dalam Menghadapi Covid 19 (Studi Kasus ARPI Hijab Kuningan)". *Jurnal Syntax Administration*, 1(1), 23-32.
- Harmadji, D. E., dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Get Press.
- Hartono, J. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Haryanto, H. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Hendrayani, E., dkk. *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hery, S. E. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Huda Maulana, M. B. A. (2021). *Segmenting Targeting Positioning: Mengapa, Apa, dan Bagaimana*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori & Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Ibrahim, M. A. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ichsan, B. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Kedokteran dan Kesehatan Masyarakat*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kalimah, S & Nur Fadilah. (2017). *Marketing Syariah: Hubungan Antara Agama dan Ekonomi*. Banyuwangi: LPPM IAI Ibrahim Genteng Press.

- Kartajaya, H. (2004). *On Becoming the Marketing Company*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- , H. (2005). *Markplus On Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- , H., dkk. (2004). *Positioning, Diferensiasia dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Salim, E. (2004). *Lateral Marketing: Berbagai Teknik Baru untuk Mendapatkan Ide-Ide Terobosan*. Jakarta: Erlangga.
- , P., Keller, D., & Lane, K. (2009). *Edisi Ketiga Belas. Jilid 1: Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Loita, A., & Husen, W. R. (2020). “Analisis Visual Tas Anyam Pandan di Bengkel Family Handycraft Kampung Kreatif Sukaruas Rajapolah Tasikmalaya”. *Magelaran: Jurnal Pendidikan Seni*, 3(1), 94-102.
- Mardani. (2013). *Hukum Perikatan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Meliza, J., & Sari L, K (2021). *Manajemen Pemasaran dan Strateginya*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah”. *Mutawazin: (Jurnal Ekonomi Syariah)*. 2(1), 15-26.
- Muhibbin, A., & Fathoni, A. (2021). *Filsafat Pendidikan*. Muhammadiyah University Press.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). ”Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro”. In *Prosiding: Seminar Nasional Unimus*, Vol. 2, 286.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mussry, J. (2010). *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Jakarta: Erlangga.
- Ni'matuzahroh, S., & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: Teori Dan Aplikasi Dalam Psikologi* . Malang: Ummpress.
- Nurhidayat, F. (2018). “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Berbasis Syariah pada Keputusan Pembelian (Studi pada Pt Wiyati Developer Mandiri pada Perumahan Sambibulu Regency di Sidoarjo)”, (*Doctoral Dissertation*, Universitas Brawijaya). 3.
- Pambuko, Z. B. (2018). *Aspek Spiritual dalam Kinerja*. Unimma Press.

- Pamuji, E. (2019). *Media Cetak Vs Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*. Surabaya: Unitomo Press.
- Parakkasi, I. (2020). *Pemasaran Syariah Era Digital*. Lindan Bestari.
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144-163.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratiwi Dinda, Zelin, dkk. (2022). *Ekonomi dan Bisnis: Percikan Pemikiran Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo*. Pekalongan: Nem.
- Puspitasari, A. W., & Oktafia, R. (2020). “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif pada Ud. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo”. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 140-157.
- Reza, H. M., Muhlisin, S., & Gustiawati, S. (2022). “Analisis Strategi Pemasaran Rumah Makan dalam Menghadapi Persaingan Usaha”. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 50-59.
- Rosmawati., dkk. (2023). *Pemasaran Bisnis Era Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Rossanti, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Kb Indonesia
- Sari, N. (2018). “Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kerajinan Tradisional Jambi (Studi Kasus: Rengke Suku Anak Dalam)”. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2), 138-148.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Siahaan, S. D. N., Putriku, A. E., & Saragih, L. S. (2022). *Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono, A. G. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, P. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharson, A. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Kriya Kreatif Keramik SMK/MAK Kelas XII Semester 2. Bidang Keahlian Seni dan Industri Kreatif. Program Keahlian Desain dan Produk Kreatif Kriya. Kompetensi Keahlian Kriya Kreatif Keramik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Syadzali, M., & Ridwan, M. (2016). "Sustainability Perusahaan Keluarga: Studi Kasus pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus". *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2 (2), 20-38.
- Syahbudi, M. (2022). *Ekonomi Kreatif: Sharia Marketing Practice With Soar & Qspm Approach*. Medan: Merdeka Kreasi.
- Triadinda, D. dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran (Perspektif Perilaku Konsumen)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Trisnawati, S., E. (2016). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Refrika Aditama.
- Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yudhistira, B., Putu., Fudholi, A., & Satibi. (2016). "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Influence Of Marketing Mix Satisfaction And Loyalty Products Customers". *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi*. 6(2). 116.
- Yulia Djahir, M. M., & Pratita, D. (2015). *Bahan Ajar Sistem Informasi Manajemen*. Sleman: Deepublish.
- Yusuf Saleh, M., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Zaroni, A. N. (2007). "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)". *Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam*, Vol. IV, No.2, 182.