

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B., Priansa, Donni Juni. (2009). *“Manajemen Bisnis Syariah”*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2011). *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. (2004). *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Assuari, S. (2007). *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Bogdan, R., Taylor, Steven J. (1992). *“Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif”*. Surabaya : Usana Offset Printing.
- Buchari, A. (2014). *“Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer”*. Bandung : Alfabeta.
- Fathoni, M. Anwar. (2014). *“Konsep Pemasaran dalam Perspektif Hukum Islam”*. Malang : Jurnal Hukum dan Syariah.
- Gymnasiar, A., Kertajaya, H. (2004). *“Berbisnis Dengan Hati”*. Jakarta : Mark Plus & CO.
- H, Dimas, Arifin, Z. (2015). *“Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Batik Diajeng Solo”*. Malang : UB Press.
- Hariani, E. (2003). *“Strategi Pemasaran Pada PT. Kanada Ratu Persada Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam ”*. Bandung : Mizan.
- Hayani, Nurahmi. (2012). *“Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi”*. Pekanbaru : Suska Press.
- Idri, (2010). *“Hadits Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Nabi”*. Jakarta: Kencana.
- Juliansyah,N. (2015). *“Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, DIsertasi, dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama”*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Kasmir. (2003). *“Manajemen Perbankan”*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kertajaya, H., Sula, Muhammad S. (2006). *“Manajemen Pemasaran”*. Bandung : Mizan.
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2008). *“Syariah Marketing”*. Bandung : Mizan.
- Kotler, P., Amstrong, G. (1997). *“Prinsip-Prinsip Pemasaran”*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2004). *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Jakarta : PT Indeks.

- Lutfi, Amsary. (2017). *“Analisis Strategi Pemasaran Pada Bmt Al-Hasanah Lampung Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam”*. Lampung.
- Malinda, Eriza Y. (2006). *“Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista”*. Bandung : Mizan.
- Miftah, Ahmad, 2015. “Mengetahui Marketing dan Marketers Syariah” *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2.
- Muali, C. (2019). *“Pemasaran Syariah Berbantuan Media Sosial”*. Probolinggo : Universitas Nurul Jadid Probolinggo.
- Qardawi, Yusuf. (1997). *“Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam”*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Rianto, M., Arif, Al. (2012). *“Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah”*. Bandung : Alfabeta.
- Ridhawati, Ria Resti. (2015). *“Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Toko Rabbani Semarang”*. Bandung : Mizan.
- Rika, A. (2015). *“Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Pada Bisnis Ritel Syariah Di Minimarket Sakinah 212 Mart Wonorejo Tandes Surabaya”*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Saleh, M. Yusuf, Said, M. (2019). *“Konsep dan Strategi Pemasaran”*. Makassar : CV Sah Media.
- Sondang, P. (2008). *“Manajemen Stratejik”*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sondang, P. (2014). *“Manajemen Sumber Daya Manusia”*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono. (2016). *“Metode Penelitian Pendidikan”*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Sugiyono. (2015). *“Metode Penelitian”*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Suryana. (2006). *“Kewirausahaan”*. Jakarta : Salemba Empat Patria.
- Suindrawati. (2015). *“Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan”*. Bandung : Mizan.
- Syukur, P. A., Syahbudin, F., 2017 “Konsep Marketing Mix Syari’ah” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1.
- Tiara, Ardianti Elsa. (2019). *“Motivasi Dan Orientasi Tujuan Pendiri Dalam Membuka Koperasi Syariah 212 Di Kota Jambi”*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Usman, Abdul Halim. (2015). *“Manajemen Strategi Syariah”*. Jakarta : Zikrul Hakim.