

DAFTAR PUSTAKA

- (2023, Mei 9). Diambil kembali dari Kementrian Energi dan Sumber Daya Mineral Direktorat Jenderal Minyak dan Gas Bumi: <https://migas.esdm.go.id/post/read/subsidi-lpg-3-kg-tepat-sasaran-bermanfaat-bagi-masyarakat-miskin>
- adlini, m. n., dinda, a. h., yulinda, s., chotimah, o., & merliyana, j. s. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka . *Jurnal Pendidikan Edumaspul*.
- Agung, A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB PRESS.
- Ahmad, R. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Al-hadharah*, 91.
- Aji, H. M. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Akhla, K. R., Prihadin, D., & Chairani, R. (2022, desember). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada PT Amita Mandiri Cabang Setu Bekasi” *Jurnal Administrasi Bisnis* . Diambil kembali dari Diakses Melalui <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/view/2790/1241>
- Arif, N. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, M. Z., Suliyono, & Anshori, M. (2022). Pemasaran Syariah dalam Perspektif Hadist dan Aplikasinya pada Perbankan Syariah. *Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*.
- Arifin, M. Z., Suliyono, & Ansori, M. (2022). Pemasaran Syariah dalam Perspektif Hadist dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Pemikiran Perbankan syariah*.
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah (Teori, Filosofi dan Isu-Isu Kontemporer)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- As-Syafi’i, I. T. (t.thn.). *kifayatul akhyar fii hilli gayatul ikhtisar*.
- azzahra, a., savira, d., salsabillah, s., & affandi, s. (2020). Analisis Karakteristik Pemasaran Syariah Pada Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ekonomi Islam*.

Badan Pusat Statistik. (2022, Oktober 4). Diambil kembali dari Persentase Rumah tangga Menurut Provinsi dan Bahan Bakar Utama untuk Memasak Tahun 2001, 2007-2021: <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/10/1364/>

persentase-rumah-tangga-menurut-provinsi-dan-bahan-bakar-utama-untuk-memasak-tahun-2001-2007-2021.html

Bayanuloh, i. (2013). *Marketing Syariah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*.

Dienillah, I., Shadiq, C. D., & Isnaini, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Tamu Hotel dengan Religius Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 39.

Doni, M. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 60.

Entaresmen, R., & Pertiwi, D. P. (2016). Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9, 62.

Firdiyanti, S. I. (2021). Problematika Akad Mu'awadlah : Kajian Hukum Islam Pemberian Cashback Pada Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 351.

Fitra, S. (2016, januari 29). Konversi Minyak Tanah ke Elpiji Hemat Rp. 189 Triliun.

Gunawan. (2016). *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. Bogor: IPB PRESS.

Gunawan, T., & Amalia, A. (2023). Implementasi Marketing Syari'ah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Wisma Barokah Syafi'ah Tebing Tinggi. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6.

Heni, R. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. 227.

Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.

ikit, artiyanto, & saleh, m. (2018). *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

indriyani, n. (2016). prilaku bisnis muhammad SAW sebagai entrepreneur dalam filsafat ekonomi islam. *jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 30.

- Konversi Mitan Ke Gas. (2014). *Dirjen Minyak dan Gas Bumi*.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Lane, K., & Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran Edisi ketiga belas jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Maghfirah, I. (2022, Januari). Analisis strategi Pemasaran Hotel yang Berbasis Syariah ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan marketing Syariah : Studi Kasus di Hotel walisongo Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 5, 69.
- mais, g. r., nursanita, & wahyuni, s. s. (2023). Makna Laba pada Rumah Makan Gratis Pendekatan Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 69.
- Moh, M., & Rahman, T. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Mokalu, F., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 256.
- Muhammad, R., & Rahim, E. (2021, April). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *Jurnal ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2.
- Muhammad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo*, 2.
- Mundir, A., & Rahayu, A. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Produk, Price, Place, Promotion) Dan Kualitas Pelayanan Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Toko Yunika Jabon Sidoarjo). *Jurnal Fakultas Agama Islam*, 36.
- Mustiko, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- N, W. C., Artiningsih, W. D., & Wicaksono, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Tabung Gas Elpiji 5,5 Kg & 12.
- Nasution, A. E., Putri, P. L., & Astuti, R. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Dalam Perspektif Syariah Islam. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi syariah*, 2087.

- Nekat Oplos Gas Elpiji, Pemuda di Pagerageung Tasikmalaya ditanglap Polisi. (2023, April 18). Diambil kembali dari <https://jabar.inews.id/berita/nekat-oplos-gas-elpiji-pemuda-di-pagerageung-tasikmalaya-ditangkap-polisi>
- Nikmah , U. J. (2018). Strategi Bauran Pemasaran Liquefied Petroleum Gas Non Public Service Obligation Di Agen Mayangkara Group Blitar Dalam Perspektif Ekonomi Syariah” IAIN Tulungagung (2018). Diambil kembali dari diakses Melalui <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/9646/>
- Ni'mah, W. C., Artiningsih, D. W., & Wicaksono, T. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Tabung Gas Elpiji 5,5 Kg (Studi Pangkalan LPG3 Kg Daerah Suato tatakan Kecamatan Tapin elatan Kabupaten Tapin)*.
- Ningsih, D. D., & Maika, M. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *JUrnal Ilmiah Ekonnomi Islam*.
- Nurachmi, I. (2020). *Diklat Manajemen Pemasaran Syariah*. Bandung: Widia Bhakti Persada.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Human Falah*, 146.
- Parakkasi, I. (2020). *Pemasar Syariah Era Digital*. Bogor: Lindan Bestari.
- pramesti, t. a. (2021, Desember). Jerat Hukum Penyalahgunaan LPG bersubsidi. *Hukum Online.com*. Diambil kembali dari <https://www.hukumonline.com/klinik/a/jerat-hukum-penyalahguna-lpg-bersubsidi-lt55562ce186c>
- Rahman , A., Haura, A., Sari, D. P., & Faluthamia, M. A. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah IB Pada BTN KCPS Tangerang. *Jurnal Pemikiran Perbankan Syariah*, 49.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Rozhania, N. Z., Nawawi, k., & Gustiawati, S. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Pemasaran Busana Muslim Studi Pada ALmeera Moslem Store Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan bisnis*, 5, 133.
- Rustam, B. R. (2020). *Marketing Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sahla , H. (2019). Konsep Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*, 5, 59.

- Sakir, S., Lantara, N. F., & Umar, N. A. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume penjualan Agen LPG NPSO PT Pertamina Patra Niaga. *Journal Of Social Science Research*.
- Sappaile, B. I. (2007). Konsep Instrumen Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 1.
- Sari, D., Rivani, & Sukmadewi, R. (2021). *Dasar Pemasar Syariah*. Bandung: KNEKS.
- sari, J. D., & Mukhaiyar, R. (2020, Maret). Studi Kebutuhan Kompetensi Tambahan dan Penunjang Pada Kurikulum PSPTE Universitas Negeri Padang. *Jurnal Vocational Teknik Elektronika dan Informatika*, 8, 134.
- Sari, M. S., & Muhammad, Z. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (POKMAS) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Dilingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal ekonomi*, 311.
- Seluk Beluk LPG di Indonesia. (2014, Januari 13). Diambil kembali dari <https://pertamina.com/id/news-room/energia-news/seluk-beluk-lpg-di-indonesia>
- Setiawati, E., Dewi, P. K., & Budiana, N. (2017). *Bahasa Indonesia Akademik Pengembangan Kepribadian Berbasis Pendidikan Karakter*. malang: UB PRESS.
- Siregar, R. M. (2016). Konsep Keadilan Dalam Bauran Pemasaran Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keislaman*, 4, 114.
- Syabbul, B. (2013). Hukum Promosi Produk dalam Perspektif Hukum Islam . *IAINSurabaya*, 140.
- Talunewo, J., Kalangi, J., & Rogahang , J. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pangkalan Gas LPG 3Kg Christian D. Assa Di Desa Pontak Kecamatan Ranoyapo” *Jurnal Unstrat* (2021). Diambil kembali dari Diakses Melalui <https://ejournal.unstrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/36069/33587>
- Wisnubroto, K. (2023, September 13). *Mengawal Distribusi Gas Melon Tepat Sasaran*. Diambil kembali dari <https://indonesia.go.id/kategori/ekonomi/mengawal-distribusi-gas-melon-tepat-sasaran?lang=1>