

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Press.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, Syaiful. (2014). *Pemasaran Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aprianto, Iwan, et al. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Astuti, Dian Puji. (2020). "Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam". *Skripsi*. IAIN Metro.
- Auliya, Riska Dinda. (2022). "Penerapan Strategi Pemasaran Stand Pameran dalam UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Bandar Kidul Kota Kediri)". *Skripsi*. IAIN Kediri.
- Ayuni, Qurrota. (2022). *Keagamaan Online di Media Sosial: Mediatisasi Dakwah Humanis di Instagram @husein_hadar*. Tesis Magister. Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Djohan, A. J. (2016). *Manajemen & Strategi Pembelian* (R. Adhani, Ed.; Cetakan 1). Jakarta: Media Nusa Creative.
- Hasan, Youlanda. (2021). "Mengkaji Relevansi Etika Pemasaran Syariah Di Era Marketing Digital." *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 1(1), 48–61.
- Hijriah, Hanifiyah Yuliatul. (2016). "Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan." *Tsaqafah*, 12(1), 187–208.
- Huda, Hudori K., Fahlevi, R. Mazaya & Sugiarti. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori & Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Ilmi, Makhul. (2017). *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Media.
- Indriastuti, E. S., Uning, P., & Triatmono, A. (2024). "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Le Minerale melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Masyarakat Solo Raya)." *Jurnal Wiranomika*, 3(1), 34.
- Iskandar, Syarief Ahmad dkk. (2015). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Kartajaya, Hermawan & Sula, Syakir. (2010). *Marketing Syariah*. Jakarta: Mizan Publika.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1 dan 2, Edisi Kedua Belas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K. Lane. (2020). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kusumastuti, Adhi & Khoiron, Ahmad Mustamil. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Lestari, Warni, Musyahidah, Sitti, & Istiqamah, Rabaniah. (2019). "Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Usaha Percetakan pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84.
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja: Rosdakarya.
- Muslim, Achmad. (2018). "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen pada Hotel Muslim Kota Kediri". *Skripsi*. UIN SATU Tulungagung.
- Neni, Triana N. & Retnosary, Rieke. (2020). "Pengembangan Model Pemasaran Batik Karawang sebagai Produk Unggulan Daerah". *Jurnal Inovasi dan Pengelolaan Laboratorium Batik Karawang*, Vol. 2 No. 1. UIN SUKA Yogyakarta.
- Ningsih, Dwi Nuvia, Hidayat, Candra Wahyu, & Rusno, Rusno. (2020). "Pengaruh Strategi Promosi dan Social Media terhadap Minat Beli Garskin yang Dimediasi *Word of Mouth*." *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Purnama, Hasbiyah Wiwik. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- Putri, Dania Eka & Wijayanti, Dwi Rizki. (2019). *Perkembangan Ekonomi Kreatif dalam Arus Pembangunan Ekonomi Modern*. Bandung: Fak. Pendidikan dan Ekonomi Bisnis.
- Said, Miah & Saleh, Muhammad Yusuf. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sidiq, Umar & Choiri, Moh. Miftachul. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV Nata Karya.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. (2020). *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES. Edisi Revisi.
- Suci, Ananda Melati, et al. (2024). "Analisis Penerapan Etika Bisnis pada Kasus Strategi Pemasaran dengan Iklan Palsu dan Klaim Produk yang Berlebihan." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 37–45.

- Sula, M. Syakir. (2004). *Etika Bisnis dan Marketing dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Sundarta, M. (2016). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Tjiptono, Fandi. (2015). *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Andi.
- Tri Yuniati & Fahrudin. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Jersey Imitasi." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(1), 23–35.
- Widodo, Slamet. (2019). "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)". *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No. 1. Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
- Yulianti, Farida. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- ZA, Zainurossalamia Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.