

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Amrin. Strategi Pemasaran Asuransi Syariah. Jakarta: Grasindo, 2007.
- Abdurrahman, Zen. Strategi Genius Marketing Ala Rasulullah. Yogyakarta: DIVA Press. 2011.
- Al-Arif, Nur Rianto. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Alma, Buchari. Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Andari, Karina Widya. “Peran Strategi Marketing 4.0 dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk”. Skripsi. IAIN Kediri. 2019.
- Arif, Nur Rianto Al. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur’an dan Terjemahan. Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- Fachyar, Nadya “Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Pangan (Studi Pada Hypermart Lippo Plaza Batu)”. Skripsi. Universitas Brawijaya Malang. 2018.
- Firmansyah, Anang M. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: CV Budi Utama 2018.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiyani, Metodologi penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan kelas & Studi Kasus, Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Fitriani, Fidyah. “Analisis Deskripsi Tentang Penetapan Harga Ganjil dan Harga Genap Studi Kasus Hypermart Malang Town Square”. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang. 2013.
- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur, Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Media, 2014.
- Hasan, Ali. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Hesti,Sairo dkk. Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT.Sinar Purefoods Internasional Bitung, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 2. 2018.
- Kamarudin. “Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Elpiji Perspektif Ekonomi Islam”. Skripsi. UIN Alauddin Makassar. 2017.
- Kencana, Surya. Analisis Strategi Penetapan Harga SKM.CLOTHING. Prosiding, Frima-2019.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing. Bandung: Mizan. 2006.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Gramedia. 2005.
- Kotler, Philip. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Mamik Metodologi Kualitatif .Sidoarjo: Zifatama 2015.
- Mardawani. Praktis Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: CV Budi Utama. 2020.
- Miftah, Ahmad. Mengenal Marketing Dan Marketers Syariah, Jurnal Ekonomi Islam Volume 6 No. 2 Juli – Desember, 2015.
- Nasution, Mustofa Edwin, dkk. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana Penala Media Group. 2007.

- Nawawi, Ismail. Islam dan Bisnis. Surabaya: VIV Press. 2011.
- Nawawi, M. Tony dan Rodhiah. Perbedaan *Odd Price* dan *Even Price* dari Segi Generasional Cohort Pada Konsumen Giant Hypermarket di Tangerang, Jurnal Manajemen. Vol.xv11 No.1 Februari 2013.
- Poerwadarminta, W.J.S. Kamus Besar Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka. 2016.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta. Ekonomi Islam. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Rangkuti, Freddy Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Rivai, Veithzal. Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW. Jakarta: Gramedia, 2012.
- Saleh, M. Muhammad Yusuf dan Miah Said, Konsep dan Strategi Pemasaran, Makassar: CV SAH Media, 2019.
- Sari, Widya Ratna. Strategi Pelayanan Simudha (Simpanan Mudharabah) dalam Menjaga Loyalitas Anggota ditinjau dari Manajemen Syariah. Skripsi. IAIN Kediri. 2020.
- Siyoto, Sandi. Dasar Metodologi Penelitian. Sleman: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudarsono, Heri. Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar. Yogyakarta: Ekonosia, 2002.
- Suhendi, Hendi Fiqih Muamalah. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2002.
- Sulistiyowati. "Alternative Financing Solutions Micro , Small & Medium Enterprises". eL-Qist, (2015), 05, no. 01: 980–1003.
- Sunyoto, Danang. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus. Yogyakarta: CCAPS. 2021.
- Sutojo, Siswanto. Manajemen Penjualan yang Efektif. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka. 2003.
- Swastha, Bayu dan Irawan. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty. 2005.
- Tjipto, Fandy. Strategi Pemasaran. Malang: Bayu Media Publishing, 2015.
- Tjiptodjojo, Kartika Imasari. "*Odd Price*: Harga, Psikologi Dan Perilaku Konsumen dalam *Purchase Decision Making*," Manajemen 11, no. 2 (2012): 148.
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset. 2008.
- Umar Husein, Evaluasi Kinerja Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2002.
- Usman, Hardius Nuridin Sobiri, Emil Aman Sulthani. Islamic Marketing: Sebuah Pengantar. Depok: PT. Rajagrafindo. 2020.
- Wibowo, Dimas Hendika dkk. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Di Jeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 29 No.1 Desember 2015.
- Wirapraja, Alexander. Manajemen Pemasaran Perusahaan. Medan: Yayasan Kita Menulis. 2021.
- Yusuf, A. Muri. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017.