

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah., H. (2010). *Wirausaha berbasis syariah*. Banjarmasin: Antasari press.
- Aggiani., S. (2018). *Kewirausahaan pola pikir keterampilan*. Jakarta: Prenademida group.
- Arikuonto. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Asdi mahastya.
- Asqalani, H. I. Syarah Bulughul Maram.
- Betens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Kanasius.
- Darmanto, S. W. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fandy, T. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi .
- Firmansyah., M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Qiara Media.
- Fitria Halim, A. Z. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Yayasan kita menulis.
- Gemala Dewi, W. S. (2005). *Hukum Perikatan Islam Indonesia*. Depok: Kencana.
- Helaluddi, H. W. (2019). *Analisis data kualitatif: Sumber tinjauan teori dan praktik*. Sekolah tinggi Theologi Jaffray.
- Isoritte M. (2016). *Marketing Mix Theoretical Aspects*. University Applied Sciences.
- Jakie Ambadar, Y. I. (2006). *Membeli dan Menjual Franchise*. Jakarta: Yayasan bina krasa mandiri.
- Ketajaya, H. M. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kingstone, S. (2016). Digital Marketing. *Kogan Page* , 16.
- Kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gremedia.
- Laura, W. (2020). Riau: Universitas Muhammadiyah Riau.
- Mamik, D. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Jakarta: Zifatama.
- Nurcholifah, I. (2014). Startegi marketing mix dalam prepektif syariah. 79.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix dalam Prespektif syariah . *Jurnal Khatulistiwa* , 77.

- Nurul Huda, K. H. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana.
- Philip Kotler, G. A. (1998). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta.
- R.W Suprayanto, S. (2016). *Kewirausahaan kobsep dan realita usaha kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyar Marketing Mix for Small Buisness*. Jakarta: Transmedia.
- Serfianto D. Purnomo, C. Y. (2013). *Sukseskan Bsnis Ritel Moderen*. PT. Gremedia.
- Singh, M. (2012). Marketing mix of 4P'S for compotitive advantage. *Jurnal of Buisness and Management* , 42.
- Sitorus, O. F. (2017). Strategi Promosi Pemasaran. 9.
- Sumadi, S. (2003). *Metedologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafarindo Persad.
- Sumarwan, U. (2018). *Strategi pemasaran dalam prespektif prilaku konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Suwendra., I. W. (2018). *Metedeologi penelitan kualitatif dalam ilmu sosial, pendidikan dan kebudayaan*. Bandung: Nilacakra.
- Swastha, B. (1989). *Azas azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Weda, R. T. (2019). *penguatan strategi pemasaran dan daya saing umkm berbasis kemitraan desa wisata*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Wijayanti, T. (2017). *Digital Marketing Planner*. Jakarta.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yusuf., A. M. (2014). *Metode penelitian kualitatif & penelitian gabungan*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Zaharuddin, I. H. (2006). *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi: CV. Dian Anugearh Prakasa.
- Zimmrer, W. T. (2008). *Kewiraysahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Selemba Empat.