

DAFTAR PUSTAKA

- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Jurnal Administration and Management Public Literation*, 1(1), 37–50.
- Ali, K. (2020). Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis. In *Academia.edu* (Issue Pengantar Bisnis).
- Apriani, D. (2019). Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Panorama Hukum*, 4(1), 19–30. <https://doi.org/10.21067/jph.v4i1.3040>
- Aprianto, I. (2020). *Etika & konsep manajemen bisnis islam*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Aryani, Z., Ro, I., & Jufri, A. (2024). *PERILAKU PEDAGANG DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SEMBAKO DI PASAR PAGUTAN KOTA MATARAM DITINJAU DARI*. 3(2), 114.
- Burhanudin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang : UIN Maliki Press.
- Dewi, E. P. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko ABC Jenangan Ponorogo). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*, 1–127.
- Dirgantara, J. E., Wijaya, M. E., Syam, A. F., Wahab, A., Lutfi, M., Islam, U., Alauddin, N., & Islam, E. (2025). *Pasar dan harga pada teori ekonomi islam*. 9(1), 15–23.
- Fauroni, L. (2006). *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an* (Cet. 1). Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2006.
- Heizer, J., Render, B., Kurnia, P. H., Saraswati, R., & Wijaya, D. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (Edisi 11). Salemba Empat.
- Heri, I. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai. *Skripsi*, 5(1), 1–127.
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PERSAINGAN USAHA HOME INDUSTRY TAPE KETAN CIBEUREUM*. 3(2), 91–102.
- Hofifah, S. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44.
- Ivtn Kurniawati, & Said Abadi. (2023). Implementasi Sifat STAF (Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah) Pada Pemasaran Madu Afifah Honeybee. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 3(1).

<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v3i1.1531>

- Johan Arifin, A. S. A. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Ketut Sudarnaya, Luh Yuli Nurjiasih, M Bayu Mahandika, & Kadek Dharma Guritna. (2022). Analisis Umkm Toko Sembako Jans. *Ruang Cendekia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 39–43. <https://doi.org/10.55904/ruangcendekia.v1i1.16>
- Khurriyatuzzahroh, S. (2016). *Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran)*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.
- Latif, A. (2017). *Etika Persaingan Dalam Usaha Menurut Pandangan Islam*. 3(2), 161–177.
- Lubis, M. B., Siregar, N. K., Maulida, S., & Marpaung, W. T. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 93–97.
- M. Ismail Yusanto, M. K. W. (2008). *Menggagas Bisnis Islami*. Gema Insani.
- Manampiring, A. F., & Trang, I. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK MALALAYANG. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Vol.4 No.1*.
- Marista, D. (2018). Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, July*, 1–23.
- Mathori, M., Sukmawati, D. A. R., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 2(2), 579–599.
- Moloeng, L. J. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Abdurrauf Nasrullah, & Khusnul Khotimah. (2023). Paradigma Tabligh Dalam Dakwah. *ALFIHRIS : Jurnal Inspirasi Pendidikan*, 2(1), 199–209. <https://doi.org/10.59246/alfihris.v2i1.674>
- Mujahidin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. *Ekonomi Islam*.
- Putra, I. M. (2019). *Business Model dan Business Plan di Era 4.0*. Jakarta : Sanca Press, 2019.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (terjemahan). Jakarta : Gema Insani Press., 1997.
- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya (JPPISB)*,

Vol. 2 No.

- Rahmatillah, N. (2022). *Konteks penelitian Di era Revolusi Industri 4.0. 1*, 1–10.
- Rahmi, A. (2015). Mekanisme Pasar dalam Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 177. <https://doi.org/10.26418/jebik.v4i2.12481>
- Riskiyah, Z., Effendi, B., & Rohmah, F. (2022). Persaingan Usaha Pedagang Sayur di Desa Jeruksari Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Sahmiyya : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 179–193.
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 2(1), 41–50.
- Rusdi, F., & Widiastuti, T. (2020). Rancangan Kebijakan Harga Di Pasar: Telaah Atas Pemikiran Ibnu Khaldun Dan Ibnu Taimiyyah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(9), 1755. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20209pp1755-1769>
- Salfika, S., Herawati, A., & Herviani, S. (2024). Persaingan Usaha Payet Perspektif Etika Bisnis Islam: Studi Kasus Di Kecamatan Maros Baru. *Journal of Management, Business, and Economics*, Vol. 1(No. 1), 1–6.
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Sariah, & Indra. (2024). Journal of Islamic Economics. *Al-Azhar : Journal of Islamic Economics*, 6(1), 14–30. <https://journal.uir.ac.id/JIELariba/article/download/25616/14511/81899>
- Selatan, K. B. (2024). *Visi Misi Kelurahan Basirih Selatan*.
- Setya, W. wildan. (2017). *Analisis Persaingan Pasar Tradisonal dengan Pasar Modern Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. IAIN Kediri.
- Stefhani, P. W. (2019). *Persaingan Usaha dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Sayur Keliling dan Warung Sayur di Desa Banjarrejo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur)*.
- Subagyo, J. (1991). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadi, Yateno, D. K. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro. *Detikproperti*, 3(3), 119.
- Syahara, E. V. (2020). *Analisis persaingan usaha di pasar sambi kecamatan*

ringinrejo kabupaten kediri ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. IAIN TULUNGAGUNG.

- Tafana, A., Andika, B., Rizka, F., Mahyu, O., & Siregar, F. N. (2024). *Etika bisnis islam*. 1(4), 63–70.
- Trisnawati, E., Wahab, A., & Habbe, H. (2021). Implementasi Etika Berdagang Dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Amanah, Fathanah Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 177–183. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i3.912>
- Yanti, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju. *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 49–59.
- Zahroh, F. (2015). *NILAI FATHONAH DALAM PENGELOLAAN BISNIS DI PESANTREN MUKMIN MANDIRI SIDOARJO*. 2(9), 1–23.