

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal:

- Ahmad. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Amrin, A. (2006). *Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Elex Media komputindo.
- Andhika, F. (2012). Analisa Strategi Marketing Gumate Cafe dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam. *Ekonomi Islam Al-Infaq*.
- Daniel. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dhammesta, B. S. (2000). *Majemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Gymnasiar, K. A., & Jaya, H. K. (2004). *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta: Mark Plus & CO.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Huda, dkk. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Depok: Kencana.
- Kasmir. (2002). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, M. (2002). *Manajemen Perbankan, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Laksananto, Z., I, & Mawardi, M., K. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran E-Commerce pada Produk Kosmetik Buatan dalam Negeri di Kota Malang*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 64, No. 2.
- Murti, S. (2002). *Manajemen Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Yogyakarta: Liberty.
- Nurcholifah, Ita. (2014). *Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah*. *Journal of Islamic Studies*. Pontianak: IAIN Pontianak.
- Philip, K., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Prentice Hall.
- Prakoso, dkk. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Kosmetik Wardah dengan Pendekatan SWOT-AHP. *Jurnal Sains dan Seni ITS*. Vol. 6, No. 1.

- Saifuddin. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Schiffman. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Selang, C., A., D. (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3.
- Sujarweni. (2015). *Metodolohi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sumiati, U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Ekonomi dan Bisnis*, 31-33.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Suryadi, D. (2011). *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT Suka Buku.
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Salemba Patria.
- Tjiptono, F. (1996). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy.
- Wahyuni. (2015). *Qualitative Research Methode*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yusanto, M. I., & Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.

Referensi Asing:

- Asih, S., M., & Asih, M., K. (2015). Marketing Strategy Implementation in Developing Syaria Tourism in Indonesia. *Internasional Proceedings of Management and Economy*. IPEDR. 84. IACSIT Press: Singapore.
- Belia & Zubaedah. (2021). Costumer Satisfaction Analysis of Sharia Laundry Performance in Sharia Economic Perspective. *Internasional Jurnal of Economic*. 12, 2.
- Dalimunthe, Z., R. (2021). Analysis of Marketing Strategy of Muslim Street Vendors at Day Night in Efforts to Improve Community Economy in Binjai City. *Udapest Internasional Research and Critic Institute-Journal (BIRCI-Journal)*. 4,2.

Harjadi, Kartika, & Gunawan. (2021). Islamic Marketing Strategy in Building Indonesia Halal Business Ecosystem. *International Journal of Economics*. E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771. 5,3.

Sylvana, A., Awaluddin, M., & Mutahajjid, A. (2020). Marketing Strategy Model Based on the Benefit of Sharia Property Developeres in Indonesia. *PJEF*. 17,7.

Skripsi dan Tesis:

Ayu, C., C. (2017). *Strategi Komunikasi Brand Wardah Kosmetik dalam Memasarkan Produk Kosmetik Halal*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Mu'alifah. (2017). *Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Minimarket Berkah Mandiri dan Minimarket Putri Cahaya di Kediri Perspektif Etika Bisnis Islam*. Tulungagung: Pascasarjana IAIN Tulungagung.

Nurasikin, A. (2013). *Strategi Pemasaran Warung Mikro Bank Syariah Mandiri BSM Cabang Kendal*. Semarang: IAIN Walisongo.

Internet:

<https://sr12cosmetic.id/>, pada tanggal 29 juli 2020 pukul 14.15