

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aravik, H., Amri, H., & Febrianti, R. (22). The Marketing Ethics of Islamic Bank: A Theoretical Study. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah, Vol. 7 No. 2*.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basrowi & Reza Ronaldo. (2019). Analysis Of Sharia Marketing Constraints In Indonesia. *SHARE Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, Vol. 8 No. 2*.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ilahi, M. I. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia. *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Isma, A., Hidayatullah, A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2020). Marketing Strategy for Welding Workshops in the New Normal Era after the Covid-19 Pandemic. *Pinisi Business Administration Review, Vol. 2 No. 2*.
- kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt Indeks Kompas Gramedia.
- Kotler, P., & Gary Amstrong. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mangin, M. B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Masnah, H. (2012). Strategi Pemasaran Industri Kue Bagea Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Masamba Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Equilibrium, 2 No.1*.
- Misbahul Munir. (2007). *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah*. Malang: Toha Putra.
- Muhammad Djakpar. (2008). *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*. Malang: UIN-Malang Press.

- Ningsih, S., & Pradanawati, S. L. (2021). *The Influence of Brand Image, Price and Promotion On Purchase Decison (Case Study on Gea Geo Store)*. 5(International Journal of Economics, Business and Accounting).
- Noor, M. (2017). Strategi Meningkatkan Omset Penjualan Dagangan Melalui Praktik Cuci Gudang Perspektif Marketing Syariah. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya*.
- Pobundu, H. Moh. (2006). *Metodelogi Riset Bisnis*,. Jakarta: Bumi Askara.
- Rachmat Syafe'i. (2001). *Al-Hadis (Aqidah, Akhlak, Sosial, dan Hukum)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rina Rachmawati. (2011). Peranan Bauran (Marketing Mix)pemasaranterhadap Peningkatan Penjualan Study Bisnis Restoran. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2.
- Stainer, G., & Milner, J. (2007). *Manajemen Strategic*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat Patria.
- Thamrin Abdullah. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, P., & Basrowi. (2021). Sharia Marketing Mix: A Model of Digital Marketing Management Strategy of Zakat. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, Vol. 3 No. 1*.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.