

DAFTAR RUJUKAN

- Agustiana Shinta, “*Manajemen Pemasaran*”, (Malang: UB Press, 2017), 9.
- Annisa Shabi Hanifah, “Analisis Pengaruh Nilai Estetika dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Emotion dan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening” (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2018), 1.
- Ayu Eka Saputri, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Al-Maxglow Cabang Pekanbaru", *Jump FISIP*, vol. 6 edisi II Juli Desember 2019, 2.
- Bagus Riski dkk, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan UD. Rezeli Baru Kecamatan Medal Denai)" *KITABAH*, Vol. 3 NO. 2 (Juli 2019), 174.
- Basu Swasta Dharmesta, *Manajemen Pemasaran* (Tagerang Selatan: Universitas Terbuka, 2017) 2.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: PT sygma Examania Arkanleema, 2019), 2.
- Dhika Amalia Kurniawan dan Muhammad Zaenal Abidin, *Pengantar Pemasaran Islam: konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*, (Ponorogo: Universitas Darussalam Gontor, 2018), 104-106.
- Dini N. Rizeki, "Mengenal Jenis Jenis Pemasaran Beserta Contohnya", diakses dari <https://majoo.id/solusi/detail/pemasaran> pada tanggal 5 September 2023 pukul 20.18 WIB.
- Fauzana, *Manajemen Pemasaran Syariah Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: bildung 2019), 49.
- Firza Oktavia Nurul Kumala dan Moch. Khairul anwar, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama”, *jurnal ekonomika Bisnis Islam*, Vol. 3 No.2 (2020), 30.
- Fitriani Utari Dewi, “Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Di Zeabeautycare jln. Nugroho Kecamatan Pademau Kab. Pamekasan” (Disertasi, IAIN Madura, 2021).
- Gumilang, Galang Surya. “Metode Penelitian Kualitatif Dalam Bidangn Ekonomi Syariah” *Jurnal Fokus Ekonomi*. 2(2), Agustus, 2016.
- Hali Makki, dkk., “Penerapan Akad Terhadap Pengelolaan Perspektif Hukum Islam Di Desa Pajanangger Kecamatan Arjasa Kabupaten Sumenep”, *JURNAL AL-HUKMI*, Volume 3, No. 2, 2022. Hamdi Agustin, *Studi Kelayaan Bisnis Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 93.

- Handayani, Tati dan Muhmmad Anwar Fathoni. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam Yogyakarta: *DEEPUBLISH*, 2019.
- Hidayati, Nur “*Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Chocolicious Indonesia*”. Skripsi: Universitas Islam Negri (UIN) Alaudin Makasar, 2019.
- Huda Maulana dan Soepati, PhD, *Segmenting, Targeting, Positioning*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021).
- Ihsan Bayanullah, *Marketing Syariah*, (Yogyakarta: DEEPUBLISH 2019), 8.
- Indasari, Meithana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo press, 2019).
- Ita Nurcholifah, "Strategi Marketing Mix Dalam Derspektif Syariah", *Jurnal khatulistiwa*, No. 1 Vol 4, (Maret 2015), 83.
- Iwan Aprianto, *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyalarta: CV. Budi Utama, 2020).
- Jihan Nur Fadhilah dan Hanif Aulawi, "Bauran Promosi Meeting Rooms dan Events di The Evitel Hotel Cibitung", *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol.6, No.2, 2018,194.
- Kartajaya, Mritiana *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: unitomo press, 2019).
- Kumala, Firza Oktavia Nurul dan Moch. Khoirul Anwar, "Pengaruh Harga dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasaah Mulia Investama". *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol 3. 2, 2020.
- Mahmud Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 107.
- Mayasari, mamay. "Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Penawaran Alhawihada Indonesia" *Alamwal*.Vol.2. No1, (Agustus 2019)
- Mbarok, Husni. "Analisis strategi Pemasaran Multi Lavel Marketing Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus Almaxy Cabang Semarang)".Skripsi: Universitas Islam Negri (UIN) Walisongo Semarang, 2019.
- MM, Tutang & Arie Qurania, *kewirausahaan dan Etika profesi*. Jakarta: Datakom, 2020.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018).
- Muhammad, Fauzi dan Baharuddin Muhammad. *Fikih Bianis Syariah Kontemporer* (Jakarta: Kencana, 2021).
- Mulyadi, Seto. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Mixed Method*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019).

- Nurul Istiqomah, “Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Choholicious Indonesia“(Disertasi, UIN Alauddin Makassar, 2019).
- Paujiah Rika. Dkk. “*Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Lable Terhadap Keputusan Pembelian*”, Al maal No. 1. Vol 2, Januari 2020.
- Rachbini, Widarto, *Penerapan Metode Analytical Hierarchy Proses Strategi Pemasaran Produk*. (Banten: CV. AA. Rizky, 2019).
- Rahmayani, Sri. ”Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsuen atas Produk Al-maxyglow Di Kota Padang” *Ecogen*, Vol. 2 No. 3, September 2019.
- Riski, Bagus dkk “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Lable Halal, Harga Jual, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Olahan)”. *KITABAH*, Vol.3, No. 2, juli 2019.
- Riski, Muhidin. “*Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kerajinan Songket Fikri Palembang)*”. Skripsi:UIN Raden Fatah, 2016.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan :Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.
- Sharma, Jimmy Novrianto. ”Analisis Implementasi Karakteristik Syariah Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Meningkatkan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padang”, *Journal of RESIDU*, Vol. 2, No.7 Juli 2018.
- Shinta, Agustina. *Manajemen pemasaran* Malang: UB Press, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Wildan, *PT Kosmetika Global Indonesia* di akses dari <https://kosme.co.id/2019/01/06/aertifikasi-iso-pt-kosmetick-jaminan-mutukualitasterbaik/> pada tanggal 03 Oktober 2023 pukul 13.53wib.
- Yusuf. A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Prenadamedia, 2014.

