

DAFTAR PUSTAKA

A. Kelompok Buku

- Ahmad, Imam, dkk. (2022). *Digital Marketing Concept, Strategy, and Implementation*. Batam: Cendekia Mulia Mandiri.
- Badrianto, Yuan, dkk. (2023). *Pengantar Bisnis: Memenangkan Persaingan Kompetitif Bisnis*. Kota Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Baiquni, Ach. 2020. *Hadist Ekonomi Upaya Menyingkap Pesan-Pesan Rosulullah SAW Tentang Ekonomi*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Brahim, Muh. Nur Eli. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: ANDI.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: Leutikprio.
- Efendi, Nur Ika, dkk. (2022). *Strategi Pemasaran*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fuad, M., dkk. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J. Ebert. (2006). *BISNIS, Edisi Kedelapan*. Alih Bahasa Sita Wardhani. Kota Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Gultom, Novianti Br, dkk. (2022). *Teori Pemasaran: Pendekatan Manajemen Bisnis*. Kota Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Huda, Nurul, dkk. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: PT. Kharisma Putra Utama.

- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Mardia, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Muqsith, Munadhil Abdul. (2022). *Pesan Politik di Media Sosial Twitter*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press.
- Nurhadi, dkk. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Kota Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Raharjo, Tri Weda dan Herrukmi Septa Rinawati. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Sarosa, Samiaji. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Sleman: PT Kanisius.
- Sayyid, Mokhtar. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Sudarmanto, Eko. (2022). *Manajemen Kreativitas & Inovasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudarsono Heri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.

Umar, Husein. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Utama.

Wijoyo, Hadion. *Monograf Analisis Strategi Pemasaran Stasiun Radio*. Solok: PT Insan Cendekia Mandiri.

B. Kelompok Skripsi dan Jurnal

Hidayatullah, Rizki Nur dan Sitti Rahma Guruddin. (2022). “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Rumah Makan Pelangi Kabupaten Wakatobi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.” *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam Volume 5 No. 2*. Hal: 92-110.

Marzuki, Ismail dan Fatih Ramdaniah (2019). “Strategi Pemasaran Pedagang Sembako dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam”. *Iqstishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah Volume 6 Nomor 1*. Hal: 54-64.

Mohamad, Roni dan Endang Rahim. (2021). “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah”. *Mutawazin: Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 2 Nomor 1*. Hal: 15-26.

Mubarok, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina. (2017). “Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista.” *I Economic Volume 3 Nomor 1*. Hal: 73-92.

Prastiwi, Qorry. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Pabrik Roti Alfaris Bakery Medan*. Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Rosita, Rahmi. (2020). “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia”. *Jurnal Lentera Bisnis Volume 9 Nomor 2*. Hal: 109-120.

Sakdiyah, Laili Hidayati. (2021). “Kerjasama Pelaku Usaha dengan Aplikasi Grabfood Merchant Menurut Undang-Undang dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”. *Journal of Islamic Business Law Volume 5 Nomor 3*. Hal: 62-73.

Saputra, Hendra dan M. Robby Kaharudin. (2021). “Analisis Strategi Pemasaran Kripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Adl Islamic Economic: Jurnal Kajian Ekonomi Islam Volume 2 No. 2*. Hal: 143-162.

Suraatmaja, Dadi. (2015). *Pengaruh Penerapan Prosedur Penjualan dan Manfaat Anggaran Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan (studi pada PT Pupuk Kujang (Persero) Cikampek)*. Skripsi: Universitas Pasundan.

C. Kelompok Lain-lain

Belgia, Kedutaan Besar Republik Indonesia di Brussel. (2020), “Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Wabah Covid-19”,
<https://kemlu.go.id/brussels/id/news/6349/kebijakan-pemerintah-republik-terkait-wabah-covid-19>

Hamdani, Trio. (2021). “3 Fakta Ribuan Restoran Bangkrut-Ratusan Ribu Kena PHK”. *Detik Finance*,
<https://www.google.com/amp/s/finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5652902/3-fakta-ribuan-restoran-bangkrut-ratusan-ribu-kena-phk/amp>

Kendal, Pemerintah Kabupaten. “Kenalan Dengan Covid-19”.
<https://corona.kendalkab.go.id/berita/profil/kenalan-dengan-covid>

19

Kisimoto, Masashi (Pengarang) dan Hayato Date (Sutradara). (2002).
Naruto Shippuden (episode 2). Jepang: Studio Pierrot.

Resti, Novrina W. (2020). “Memahami Istilah Endemi, Epidemi, Dan Pandemi”. *Itjen Kemendikbud*.
<https://itjen.kemendikbud.go.id/covid19/memahami-istilah-endemi-epidemi-dan-pandemi/>

RI, Sekretariat Website JDIH BPK. (2020), “Peraturan Bupati (Perbup) Kabupaten Kebumen Nomor 68 Tahun 2020”,
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/177464/perbup-kab-kebumen-no-68-tahun-2020#:~:text=PERBUP Kab.,Kabupaten Kebumen %5BJDIH BPK RI%5D>

LAMPIRAN