

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianto, Titis dan Khusnul Fikriyah. (2021). “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi pada PT Ebad Al Rahman Wisata Sidoarjo)”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, E-ISSN: 2686-620X.
- Allison, Michael dan Jude Kaye, (2004), *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Nirlaba*, ISBN: 978-979-461-448-8, Jakarta:Yayasan Pustaka.
- Annisa, Novera Puspasari dan Tanti Hermawati, “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness”, *Jurnal Komunikasi*, hal. 6.
- Aprilia, Katon dan Elok Fitriani Rafikasari. (2021), “Strategi Pemasaran Dalam Mengembangkan Usaha Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Sandal Ping Tulungagung)”, *Jurnal of Economic and Policy Studies*, Vol. 02, No. 01, ISSN:2775-7897.
- Andi, Miko dan Sedarmayanti Wardana, (2021). *Penjualan Dan Pemasaran*, ISBN: 978-623-97061-7-3, Denpasar: IPB Internasional Press.
- Arafah, Muh. (2022), *Etika Perilaku Bisnis Islam*, ISBN:978-623-5493-51-0, Leler: Wawasan Ilmu.
- Arianto. (2021), “Komunikasi Pemasaran”, Airlangga University Press.
- Asriwati. (2021). *Strategi Komunikasi Yang Efektif*, Syiah Kuala University Press, (Banda Aceh).
- Belferikk,Ronald,dkk.(2023). “*Manajemen Proyek*”,Jambi:PT.Sonpedia Pubishing Indonesia.
- Burhanuddin, Didin Rabbani, dkk. (2022). *Komunikasi Pemasaran*: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKHNOLOGI.
- Congara, Hafied. (2020), *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hal. 76-77.
- D, Bambang Prasetyo, dkk. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, ISBN 978-602-432-598-5, Malang: UB Press.
- Dkk, Sukatin. (2022), “*Manajemen Dan Evaluasi Kerja*”, ISBN:978-623-02-4982-2, Yogyakarta:CV BUDI UTAMA.

- Effendi, Nur Ika, dkk. (2022), *Strategi Pemasaran* (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi).
- Elika, Cintya Putri Gunawan, (2017), “Analisis Strategi Bisnis Pada PT Omega Internusa Sidoarjo,” *AGORA*, Vol. 5, No. 1.
- Fitria, Nurul. (2019), *Strategi Pemasaran Produk Di PT. Sentral 88 Kota Pare-Pare Perspektif Manajemen Syariah*. Skripsi, Pare-pare: IAIN Pare-pare.
- Gunawan, Imam. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. (Jakarta: Bumi Aksara).
- Gusrizaldi, Rogi dan Eka Komalasari, (2016), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indra Ko Swalayan Teluk Kuantan, *Journal Universitas*, ISSN:2502-1419, Vol. 2, No. 2.
- Haerah. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Properti Di Kompleks Perumahan Nusa Hrapan Permai*. Skripsi Makassar.
- Juliyani, Erly. (2016). “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ummul Qura*, Vol VII, No. 1.
- Mardiyanto, Doni dan Giarti. (2019). “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran,” *Edunomika*, Vol. 03, No. 01, Surakarta.
- Nawatmi, Sri. (2010), Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam, *Fokus Ekonomi*, ISSN: 1412-3851, Vol. 01, No. 01, hal. 54.
- Patilima, Hamid. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA).
- Putri, Cintya Elika. (2017). “Analisis Strategi Bisnis Pada PT Omega Internusa Sidoarjo.” *AGORA* .
- Prayitno, Sunarto dan Rudy Harjanto. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, PT. RajaGrafindo Persada.
- Rahman, Abd. (2022), *Hakikat Ilmu Tauhid*, Sulawesi Selatan: CV. KAAFFAH LEARNING CENTER.
- Ramdhana, Restu Wijaya. (2022). “Strategi Komunikasi Pemasaran Konveksi (Bergesut Gurau di Kabupaten Bandung). Skripsi, UNIKOM:Bandung.
- Ramdania, Wida. (2020). “Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Asy-Syariah*, p-ISSN.2086-9029, e-ISSN. 2654-5675, Vol. 22, No. 2.
- Rivai, Veitzall, dkk. (2012). *Islamic Business and economic Ethis* (Jakarta:PT Bumi Aksara).

- Satriyo, Iwan Nugraha, dkk. (2021). *“Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Industri”*, ISBN:978-623-338-382-0, Jawa Barat: CV Jejak.
- S, Sofyan Harahap. (2011). *Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta:Salemba Empat).
- Sugiyono2019. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*, (Bandung: ALFABETA) hal. 306.
- Suparman, Dadang. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di PT. SLM (Selamat Lestari Mandiri).” *Ekonomedia* 07, no. 2 (2018): 2.
- Supramono, Eddy. (2015), Analisis Pengaruh Price Dan Promotion Terhadap Penjualan Rokok Pada Swalayan Bintang Di Sampit, *E. / Jurnal Terapan Manajemen Bisnis*.
- Suryabrata, Sumadi. (2013), *Metodologi Penelitian*, (Rajawali Press).
- Tasnim, dkk.(2021), *Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Beberapa Perusahaan di Kota Palopo* (Yayasan Kita Menulis) No 2, Vol. 3.
- Ulinnuha, M, dkk. (2022), Pengaruh Produktivitas Terhadap Pendapatan Konveksi Bumiayu Beauty of Java (Studi Empiris Produksi Tahun 2020-2021), *Jurnal Kewarganegaraan*, P-ISSN:1978-0184, E-ISSN:2723-2328, Vol. 6, No. 3.
- Y, A Syah dan A Alhifni, (2022), “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk UMKM (Studi Pelaku Usaha Weekend Snack Di Kelurahan Muasari)”, *Jurnal Syarikah*, P-ISSN 2442-4420 e-ISSN 2528-6935 Vol. 8 No. 2, hal. 322.
- Yunia, Ika Fauzia, (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam*. (Jakarta:PT Kharisma Putra Utama).
- Yunia, Ika Fauzia. (2021). *Etika Bisnis Islam Era 5.0*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada).
- Wati, Destiya Suyud Arif, Abristadevi, (2022), Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 5 No. 1, P-ISSN 2620-295 E-ISSN 2747-0490, jal. 148-149.
- Zul, Salma Aida dan Siswahyudianto. (2023), “Analisis Strategi Pemasaran Konveksi Baju Jawaz Tanjung Sari Boyolangu Dalam Meningkatkan Minat Beli Dan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, ISSN:2477-17xx, Vol. 3, No. 1.