

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., & Beni Ahmad Saebani. (2014). *Metode Penelitian EKonomi Islam Muamalah*. Bandung:CV Pustaka Setia.
- Abdulloh, Muhammad Nur Arifin. *Wawancara Bersama Pemilik Khodijah Aqiqah*. Pada 8 September 2024, pukul 08.00
- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In *Syakir Media Press* (Vol. 6, Issue 1). Makasar ; CV. syakir Media Press. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>
- Andrian, Indra, C., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). Malang:Penerbit Rena Cipta Mandiri. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Asdi, Adziem, F., & Rosnaini. (2017). Analisis Pemasaran Mobil Mazda Pada PT Kumala Celebes Motor Mzda Makasar dengan Menggunakan Strategi Segmentation,targeting, Postioning. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 51–66. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1>
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer). In *IAIN Parepare Nusantara Press*. Sulawesi:IAIN Parepare Nusantara Press.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dian, One Sid. *Wawancara Bersama Pemilik Khodijah Aqiqah*. Pada 9 September 2024 pukul 10.00
- Elliyana, E., Kadir, T. S. A. H., YulianI, B. I., Dwita, H. M. F., & Bachtiar, N. K. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran* (Vol. 1). Malang:Ahlimedia Press. www.ahlimediapress.com
- Fadhilah, Cholisotul. *Wawancara Karyawan Bisnis Khodijah Aqiqah*. Pada 29 September 2024, pukul 11.00
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. valeria, & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *Sleman:deepublish Publisher*. Sleman:deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). In *Cv Budi Utama*

- (Issue september). Yogyakarta:Bumi Utama.
https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Gymnasiar, A., & Kertajaya, H. (2004). *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta: Mark Plus & CO.
- Hamid, R. S., Ariasih, M. P., Suarniki, N. N., & Purwoko. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. In *Sonpedia Publishing Indonesia, Yogyakarta*. Yogyakarta:Sonpedia Publishing Indonesia.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, & Sumarsi, D. (2022). Stretagi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. Banten:Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hariyanto, M., & Setiawan, H. (2021). Konsep Marketing Mix Dalam Ekonomi Islam. *AL-AMAL, Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, Vol. 1*(Juni), 43–50.
- Heriyadi. (2017). Strategi Positioning Dalam Persaingan Bisnis (Points of Difference Dan Points of Parity). *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship, 03*(03), 261–271. <https://www.gooto.com/read/1051222/gai>
- Ismanto, J. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Unpam Press* (Issue 1). Banten:Unpam Press. https://repository.unpam.ac.id/8664/1/SAK0122_MANAJEMEN_PEMASARAN.pdf
- Kebumen, P. (2021). *Recana Stretegi Kecamatan Ambal Kabupaten Kebumen*. Kebumen;Pemerintah Kabupaten Ambal.
- Kholik, A., Maulida, S., Suganda, A. dadn, Musfirowati, I., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., & Nurhayati. (2020). Perilaku Konsumen,Ruang Lingkup dan Konsep Dasar. In *Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung* (Vol. 53, Issue 9). Bandung:Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Khotijah, S. (2004). *Smart Strategy of Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta Bandung*. Bandung:Alvabeta.
- Kurniawan, B., Waid, A., ALiefah, A. N., & Al-Faqih, N. I. H. (2024). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen*. Kebumen;IAINU Pres.
- Melis. (2015). Prinsip & Batasan Konsumsi Dalam Islam. *Islamic Banking, 1*(1), 13–19.

- Nafis, M. C. (2017). Teori Hukum Ekonomi Syariah. In *Universitas Indonesia*. Jakarta:Universitas Indonesia.
- Nasution, E. S. (2024). *Metodologi Penelitian, Model Praktis penelitian Kualitatif*. Malang:Litnus Penerbit.
- Nur'aini, Afkari, S. U., & Wijayanti, D. (2023). Kewirausahaan dan Bisnis Syariah di Era Society 5.0. *Al-Amal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 59–68.
- Nurvaizah, Agustina Mutia, S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi pada Toko Qolbi Muaro Jambi) Nurvaizah Agustina Mutia Solichah Solichah. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 199–210. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jmpp-widyakarya/article/view/182/198>
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Maliah Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Putri, B. R. T. (2008). Manajemen Pemasaran Modern. In *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Putri Salsabila, Iwan Permana, & Arif Rijal Anshori. (2024). Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Praktik Aqiqah di Sentra Aqiqah Kota Cimahi. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 4(1), 121–127. <https://doi.org/10.29313/bccsel.v4i1.11527>
- Reza, H. K., Susanti, M., Herfianti, M., Sabri, Tambunan, D. R., Yustanti, N. V., & Yanti, R. T. (2018). Prilaku Konsumen Edisi I. In *Bandung:CV.Media Sains Indonesia* (Issue February). Bandung:CV.Media Sains Indonesia.
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 41–60. <https://doi.org/10.52103/jms.v2i1.320>
- Sari, D., Rivani, & Sukmadewi, R. (2017). Dasar Pemasaran Syariah. In *jakarta;Mitra Wacana Media*.
- Shafira, D. (2023). Analisis Strategi Marketing Syariah Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kambing Aska Aqiqah. *Al-Sharf Jurnal EKonomi Islam*, 4(3), 179–196.
- Suci, Z., Yulianti, F., & Lesttari, B. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Trimulia Jaya Cabang

- Kota Banjarmasin *Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari*, 2(1). [http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1350/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/1350/1/ZURAIDA %28JOURNAL%29.pdf](http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1350/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/1350/1/ZURAIDA%28JOURNAL%29.pdf)
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Metode*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sukarnoto, T., Fauziyyah, N., & Tarjono. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Abon Ikan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 195–206.
- Suparso. (2021). Marketing Process, Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan. In *Navigating Commerce in Latin America*. Jakarta:Ukrida Press. <https://doi.org/10.4324/9780203729885-9>
- Swasta, B., & W, I. S. (2001). *Pengantar Bisnis Modern, (Cet;III)*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafrudin, Ahmad Dasuki Aly, S., & Subakti, T. (2018). Pemasaran produk Distributor Outlet dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3(2). [https://doi.org/10.1098/rspb.2014.1396%0Ahttps://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje Perspectiva alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379](https://doi.org/10.1098/rspb.2014.1396%0Ahttps://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje_Perspectiva_alumnos.pdf%0Ahttps://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379)
- Syarifuddin, A. (2003). *Garis-garis Besar Fikih, Cet;III*. Jakarta:Prenada Media.
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*. CV.Istana Agency.
- Uwaidah, S. K. M. (2008). *Fiqih Wanita*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Vevi Andriani, Rafidah, & Tanjung, F. S. (2023). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Pendapatan Warung Pondok Bakso Mini di Desa Peninjauan Kecamatan Maro Sebo Ulu. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 3(2), 59–73.
- Wahyuni, F. R. F. M. W. S. J. L. H. S., Jonata, E. M., Hasanah, I. M. N., Maharani, A., & Nuryami, K. A. R. N. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi* (Issue Maret). Suamtra Barat : Pt. Global Eksekutif Teknologi. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Zusrony, E. (2012). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang:Yayasan Prima Agus Teknik Redaksi: