

DAFTAR PUSTAKA

A. Kelompok Buku

- Abdussamad, D. H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan I: Syakir Media Press.
- Amir Syariffudin. (2008). *Ushul Fiqh*. Edisi I, Cetakan VI. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Bawana, T. A., Indiharwati, A., Suharyono, Novriansyah, Y., Bisriyani, A., Bulqis, R., Albanjari, F. R., Alamsyah, Marliana, N. A., Arofah, R. U., Zahra, Q. S. A., Oktaviani, L., Amruddin, Hanesti, E. M., Wahyuni, Qamaruddin, M., Putri, V. W., & Faraby, M. E. (2023). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam. In Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). Kota Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran pemasaran*. Cetakan I: Deepublish.
- Haque-F awzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.
- Rohman, H. (2019). *Maqasid Al-Syariah: Dinamika, Epistemologi, Dan Aspek Pemikiran Ushuli Empat Madzhab*. Cetakan I: Setara Press.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, A. (2024). *Persepsi konsumen Di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

B. Kelompok Skripsi dan Jurnal

- A Y Syah dan A Alhifni. (2022). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk UMKM*. Jurnal Syarikah, vol. 8, 321–339.
- Abubakar, R. R. T. (2018). *Persepsi Calon Pegawai Negeri Sipil Mengenai Pelanggaran Etika*. Jurnal Ilmu Administrasi. XV(2), 163–178.
- Adawiyah, D. A., & Karim, A. (2019). *TERPAAN TAYANGAN TALKSHOW*

“ CERITA PEREMPUAN ” DI TRANS TV DALAM MEMBENTUK DI SAMARINDA (Studi Kasus Di RT 46 Kelurahan Sungai Pinang Dalam). eJournal Ilmu Komunikasi. 7(2), 16–26.

- Alif, M., & Arifah, U. (2023). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Cafe Walk Coffee Kebumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. Journal Of Management, Economics, and Entrepreneur, 2, 183–211.
- Amri, S. (2024). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Saung Durian Jatohan Abah Haji Hanafi Kecamatan Pabuaran. Kabupaten Serang)*. Tesis.
- Anggrasela, D. (2021). *Penerapan Strategi Marketing Mix Pedagang Muslim Masa Pandemi Covid 19 (Studi Penelitian Pedagang Muslim Pasar Tradisional Modern Bengkulu)*. Tesis. (Vol. 4, Nomor 1).
- Anwar, F. I. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Online Shop Cintha Shop Purwakarta)*. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 2(2), 438–443.
- Berlien, R. (2019). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 2 No 2, 438–443.
- Dian Irma Aprianti dan Aris Ardianto. (2022). *Pengaruh Persepsi Konsumen Gaya Hidup Kualitas Produk Terhadap Willingness To Pay*. Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syariah. 11(2), 245–253.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. Salimiyah. 1(2).
- Fauzi, Y. (2015). *Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 1(03).
- Febrina, D. A. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Pembuatan Furniture Ditinjau Dalam Perspektif Maqashid Syariah*. Tesis: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
- Fikrotrin, N. N. (2024). *RASIONALITAS ANAK MUDA NONGKRONG DI ANGKRINGAN (Studi Pada Pelanggan Angkringan Alun-Alun Demak)*. Tesis: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG.
- Gajali, J. AL, Hufon, M., & Rahman, F. (2020). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam*. Jurnal Riset Manajemen, 33–53.

- Ikmala, N. E. (2022). *Sistem Operasional Bisnis. Produksi, dan Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Win Bakery, Bugo Welahan Jepara)*. Tesis.
- Iqbal, M. (2019). *MAQĀṢID SYARIAH SEBAGAI DASAR PARADIGMA EKONOMI ISLAM*. Jurnal Hikmah, 64, 47–58.
- Irsad, Z. (2010). Analisis Marketing Mix (Product , Price , Promotion dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Timur). In *Manajemen Pemasaran*.
- Ismail, A., & Kurniati, Y. (2022). *BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX): PRODUK (PERSPEKTIF KONVENSIONAL DAN SYARIAH)*. Zhafir: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking. 4(2), 91–102.
- Juarijah, B. G. A., & Fadeli, D. (2017). *Sikap dan persepsi Konsumen terhadap keputusan pembelian online di sungai lilin musi banyuasin*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 6 No. 2. hal 164–174.
- Kridani, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Bergabung Sebagai Anggota Dalam Bisnis Multi-Level Marketing. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 289.
- Lestari, A. P., & Wibawanto, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penikmat Angkringan Mukti Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1–17.
- Lotulung, P. V., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Baju Bekas Impor Pada Masyarakat Kelurahan Karombasan Utara Lingkungan 8 Kecamatan Wanea. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 561–572.
- M.Z. Hasibuan, S. F. J. (2022). Analisis penerapan bauran Pemasaran Berbasis Syariah Pada Keputusan Pembelian. *Analisis penerapan bauran Pemasaran Berbasis Syariah Pada Keputusan Pembelian*, Vol.5(Vol. 5 No.1 (2022): Prosiding Semina Hasil Penelitian).
- Maheran, S., Saiin, A., April, M., & Rizki, M. (2022). Pendekatan Maqashid Syariah terhadap Konsep Makanan Halalan Thoyyiban Dalam Islam. *Jurnal Syariah dan Hukum*, 4.
- Majidah, S., & Istianah, I. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P di Era 5.0 Berbasis Maqāṣid Syarīah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*,

6(1), 59.

- Makmur, & Saprijal. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart walayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Maksudi, Bahrudin, & Nasruddin. (2023). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 825–840.
- Maskur, Astri, F., & Jumliana. (2022). Strategi Pemasaran Pada Swalayan Aneka Dalam Mempertahankan Pelanggan Ditengah Pandemi Civid-19. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2429–2442.
- Muhaimin, A. W. A. (2015). Aktualisasi Syariah dan Fikih dalam Menyelesaikan Berbagai Persoalan Hukum. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2), 241–248.
- Nelson, Kuswarak, & Renopka. (2020). Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. LG Elektronik di Bandar Lampung. *JMMS : Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 04(04).
- Nurchoiri, I., Dardiri, M., & Sudarwanto, T. (2024). *Marketing Mix Strategi Pada Supermarket Sakinah Berdasarkan Maqashid Syariah*. *Jurnal Ilmiah Research Student Vol.1, No.4*, 223–231.
- Nurcholifah, I. (2014). *STRATEGI MARKETING MIX DALAM PERSPEKTIF SYARIAH*. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies Vol.4, No.1*, 73–86.
- ONASSIS, P. D. (2024). *ANALISIS BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN ES TEH INDONESIA PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Es Teh Indonesia SM . Amin Pekanbaru)*. Tesis. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAS SYARIF KASIM RIAU
- Pati, A. W., Sari, I. P., Oktaria, H., & Nur, K. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di STEBIS IGM Palembang*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 89–102.
- Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S. (2024). Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 807.
- Priangani, A. (2013). *MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL*. *jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.

- Prihatta, H. S. (2018). *Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Hukum Bisnis Islam Volume 8, Nomor 1.
- Rafika. (2023). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BMT DANA MENTARI MUHAMMADIYAH KANTOR LAYANAN CILONGOK PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH*. Tesis. UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KARA SANTAN PT ENSEVAL PUTERA MEGATRADING , Tbk*. Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1, 46–59.
- Shidiq, G. (1970). Teori Maqashid Al-Syari'Ah Dalam Hukum Islam. *Majalah Ilmiah Sultan Agung*, 44(118), 117–130.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31.
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik- Sehat Tambakrejo Jombang. *Agrosaintifika:Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, Volume 2, No 2 e-ISSN, 131–146.
- Sya'diyah, H. (2024). *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Produk Pembiayaan Kendaraan Bermotor (OTO) Di BSI KCP Probolinggo*. Tesis. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
- Syahreza, N. (2022). *PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUMBU MASAK KOKITA*. Tesis. UNIVERSITAS MEDAN AREA
- Syarifudin, Azizah, S. N., Febriani, R., & Karimah, R. (2021). Analisis Islamic Marketing mix Produk McDonald's BTS Meal Di Indonesia. *Journal Of Social Community*, 6(14), 1–21.
- Wardhana, A., Kartawinata, B. R., & Syahputra. (2014). *ANALISIS POSITIONINGTOP BRAND COFFEE SHOP BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN KOTA BANDUNG*. Prosiding SNaPP2014 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora. August 2018, 303–309.
- Winarsih, S., & Fasa, M. I. (2024). *PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM STRATEGI PEMASARAN SYARIAH APPLICATION OF ISLAMIC BUSINESS ETHICS IN SHARIAH*. Jurnal Intelek dan

Cendekiawan Nusantara Vol 1. No 5.

Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. (2019). TINJAUAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP KONSUMSI. *Jurnal Studi Keislaman*, 5(1).

C. Kelompok Artikel Internet

Surat Al-Anbiya' Ayat 30: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online <https://quran.nu.or.id/al-anbiya'/30>

Surat Al-Ahzab Ayat 21: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online <https://share.google/HJAsCrXUjTfNBczjV>