

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. (2012). Manajemen Syariah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer. In *Aswaja Pressindo* (Vol. 4, Issue 2). Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdussamad, Z. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Makasar:CV.Syakir Media Press. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Anita, L., Aliyudin, A., & Azis, A. (2023). Peran Industri Kerajinan Kain Perca dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5(3), 291–308. <https://doi.org/10.15575/tamkin.v5i3.23910>
- Anjarwati,Titi. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roelianti, A. (2022). Bauran Pemasaran. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. (pp. 7–16). Sleman:Penerbit Deepublish.
- Arifin, Z. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang:Kelompok Pustaka Alvabet.
- Asdi, Adziem, F., & Rosnaini. (2019). Analisis Pemasaran Mobil Mazda Pada PT KUMala Celebes Motor Mazda Makassar Denan Menggunakan Strategi Segmentation, Targeting, Postioning. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Astuti, A. R. T. (2022). Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer). In *IAIN Parepare Nusantara Press*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Bawana, tate A., Indiharwati, A., Suharsono, Novriansyah, Y., Bisiyani, A., Bulqis, R., & Albanjari, F. R. (2019). Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). bandung:Media Sains Indonesia. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Budi Rahmat Hakim. (2014). Manajemen bisnis syariah. In *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta:Aswaja Pressindo.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. yasir, Bahri, K. N., Amir, nani H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2022). Staregi Pemasaran. In *Infes Media* (Vol. 1, Issue 0, pp. 1–23). Bali:Infes Media.
- Departemen Agama RI, S. quran. (2007). Alquran Terjemahan. In *Al-Qur'an Terjemahan*. Semarang:Penerbit CV. Toha Putra.
- Dewi, A. N., & Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), XXXX–XXXX.
- Eranandi, J., Setiawan, A., Sari, W. P., A'yun, Q., Aprita, Y., Yupiana, D., Edison, Sari, R. W., Permani, A., & Setiawan, A. (2024). Pemasaran Syariah. In *Bandung:Widina Media Utama*. Bandung:Widina Media Utama.
- Fatimah, A. (2018). Persepsi Pengguna Terhadap Kepatuhan Syariah Pada Aplikasi Paytren Di Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 2(1), 6.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., & Waris, L. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sumatra Barat:PT.Global Eksekutif Teknologi.
- Grenggeng, D. (2023). *Anyaman Pandan Grenggeng Dilirik Unesco*.
- Habijoyo, M. B., & Mansah, A. (2022). Analisis Manajemen Bisnis Syariah Pada Pangeran Aqiqah. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 70. <https://doi.org/10.24853/trd.2.1.70-85>
- Hafidhuddin, K. D. (2020). *Kepatuhan Syariah*. Home > Khazanah > HikmahSenin 24 Feb 2014 08:24 WIB Kepatuhan Pada Syariah Red: Damanhuri Zuhri KH Didin HafidhuddinFoto: ROL/Sadly Rachman KH Didin Hafidhuddin REPUBLIKA.CO.ID. <https://doi.org/https://khazanah.republika.co.id/berita/n1h7x8/kepatuhan-pada->

syariah

- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. Tangerang Selatan; Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- 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>
- Hidayanti, Z. D. (2021). Stategi Pemasaran Syariah Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM (Studi Kasus : Kerupuk Petis Udang Kecamatan Kendal). *Skripsi*.
- Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). Pengantar Ekonomi Syariah. In *Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia*. Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia.
- Imade Yoga Prasada, Setyawati, H. A., Saridewi, L. P., Hanung, A. N., & Puspajanati, R. (2022). Strategi Pemasaran Digital Anyaman Pandan Di Kawasan Perdesaan Anyaman Pandan Kabupaten Kebumen. *Journal of Digital Business and Management*, 1(2), 96–103. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v1i2.149>
- Isabella, & Rusli, I. (2020). Wakalah. *Al-Allam*, 1(1), 1–16.
- Jasman, & Agustin, R. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pedagang di Pasar Tradisional). *Jrnal Khozana*, 1(1), 1–23.
- Juliyah. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Karmila, I., Rosmanidar, E., & Syariah, E. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Al-Iqtishad: Jurnal EKonomi Islam*, 4(4), 26–44.

- Kebumen. (2024). *Legenda Terbentuknya Desa Grenggeng, Asal Mula dari Suara Gumrenggeng''* Dzikir Santri Syeh Baribin.
- Khotijah, S. (2004). *Smart Strategy of Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta Bandung* (pp. 1–119). Bandung:Alfabeta CV. www.cvalfabeta.com
- 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.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2018). *Pengantar Pemasaran Islam (Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi)*. Ponorogo:lembaga Penerbit Universitas Darussalam Gontor.
- Leandrew, Hassya. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semeste.
- Manajemen, J. J., Bisnis, A., Mansur, A. A., Mujahid, A., & Mahfudz, M. (2025). *Strategi Pemasaran Barang dan Jasa Dalam Islam (Perspektif Al- Qur ' an)*. 3834(1), 20–33.
- Masni, H. (2019). Analisis Penerapa Syariah Compliance Dalam Produk Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3 No 2(2), 118–137.
- Mukhroni, M., Hsb, P., & Rialdy, N. (2024). *Pemasaran Halal : Strategi Branding Produk dalam Perspektif Manajemen Syariah*. 2(4), 5–8.
- Nafis, M. C. (2017). *Teori Hukum Ekonomi Syariah*. In *Universitas Indonesia*. Jakarta:Universitas Indonesia.
- Nasution, E. (2016). *Metodologi Penelitian,ModelPraktis Penelitian Kualitatif*. Malang:PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Nurdewi. (2022). Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa

- Melayani Di Provinsi Maluku Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297–303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>
- Octasari, A., Julia, J., & Abubakar, K. (2023). Analisis Penerapan Sharia Compliance Dalam Produk Pembiayaan Akad Murabahah. *AL HUKMU: Journal of Islamic Law and Economics*, 02(1), 7–19. <https://doi.org/10.54090/hukmu.134>
- Oktafiani, D. R. (2021). Analisis Penerapan Kepatuhan Syariah (Syariah Compliance) Dalam Praktek Jual Beli Online Pada Toko Duo Sister Hijab Kota Bengkulu. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Pratama, A. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>
- Purbohastuti, A. W. (2021a). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 101–112. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.783>
- Purbohastuti, A. W. (2021b). Efektivitas Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Purwanti, N., & Pujawati, A. (2021). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ilmu Agama*, 3(1), 62–77.
- Rahayu, H. P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Novi Ulvia Mua Dalam Meningkatkan Omset Penjualan. *Edunomika*, 8(1), 2023.
- Rahayu, K. M. (n.d.). *KUP Margo Rahayu, Kerajinan Anyaman Pandan*. <https://doi.org/https://kupmargorahayu.framer.website/product>
- Rahman, S., & Zainuddin, Y. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Syariah Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Joournal Of Mandalikan Literature*, 5(4), 616–626.
- Ranantika, Tika. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto,

- Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. Ri. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: Penerbit Cv.Gita Lentera.
- Rivani, D. S., & Sukmadewi, R. (2017). *Dasar Pemasaran Syariah*. Jakarta; Mitra Wacana Media.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sari, D., Rivani, & Sukmadewi, R. (2021). Dasar Pemasaran Syariah, Memahami Konsep Karakteristik Strategi Pemasaran dan Pemasaran Syariah. In *Mitra Wacana Media*. Jakarta: Orange Pusat Inkubator Bisnis Universitas Padjajaran.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Slamet. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Sofwatillah, Risnita, Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Metode*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). Strategi Pemasaran. In *Penerbit Ntelektual Karya Nusantara* (Vol. 14, Issue 3, pp. 124–128). Tamalanrea : Penerbit Ntelektual Karya Nusantara.
- Sugiyem. (2025). *Wawancara Bersama Ketua KUP Margo Rahayu*.
- Suparso. (2021). *Marketing Process, Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Jakarta: Ukrida Press.
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Syariah: Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syafitri, R. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM Donkus Lumer

By DRL di Kota Jambi Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Bertuah : Journal of Shariah and Islamic Economics*, 5(3), 361–380.

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.

Yatminiwati, M. (2019). Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa. In *Widya Gama Press*. Lumajang:Widya Gama Press.