

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Faruqi, Ismail Raji, *AL TAHWID: Its Implications for Thought and Life*, Kuala Lumpur.
- Al-Ukhuwa, Diya'al-Din Muhammad Ibn, 1983, *The Ma'alim al-Qurba fi Ahkam al-Hisbah*, Luzak, London: Reuben Levy ed.
- Assauri, S. (2017). *Strategic Management* (Cetakan 3,). PT Raja Grafindo Persada.
- Dalgic, T., & Unal, S. (2018). *Utilizing Consumer Psychology in Business Strategy*. IGI Global.
- Erffmeyer, R. C., J. A. Al-Khatib, M. I. Al-Habib dan J. F. Hair, Jr., 1993, "Sales Training Practices: A Cross-National Comaprison". *Internasional Marketing Review*, Vol. 10, No. 1.
- Fawzi, M. G. (2022). *STRATEGI PEMASARAN (Konsep, Teori dan Implementasi)*. Pascal Books.
- Harnanto. (2019). *Dasar-Dasar Akuntansi (2nd)*. Andi (ed.)
- Kotler, P., dkk. (2019). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah (Ke 12)*. Erlangga.
- Mardia, M., dkk. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Miskawayh, Ahmad Ibn Muhammad Ibn, 1968, *The Refinement of Character*, trans. Constantine K. Zurayk, Beirut: The American University of Beirut.
- Niazi, L.A.K., 1996, *Islamic Law of Contract*, Lahore: Research Cell, Dayal Sing Trust Library.
- Saeed, Mohammad, Zafar U. Ahmed, dan Seda Masoda Mukhtar, 2001, "International Marketing Ethics ana Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach", *Journal of Bisnis Ethics*, Vol. 32, No.2.
- Saleh. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. SAH MEDIA.
- Sujatmiko. (2014). *Kamus Ips*. Aksara Sinergi Media.

Taimiyah, Ibnu, 1976, *Al-Hisbah*, Cairo : Darul Sya'b

Wardhana, A., dkk. (2022). *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*. Media Sains Indonesia.

Young, B. B. dan L. (2018). *Marketing Technology as a service: Proven Techniques that Create Value*. Edition 1.

Zaki, Khozin. 2020. *Manajemen syariah (Viral Marketing Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Studi Kasus Pada Perusahaan Start Up Sosial)* Purwokerto: CV. Amerta Media

Skripsi

Bukhori, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Toko Mebel Farid Rohman Ponorogo*. 1–97.

Fathanul, V. (2022). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS MEAL McDONALD's*.

Guna, R. G. A. (2019). *Strategi Pemasaran Para Pedagang Dalam Meningkatkan Minat Belli Konsumen Pasca Relokasi Pasar Induk Di Tejo Agung 24 Kota Metro*. 1–58.

Handayani, A. W. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Karanggede). In *Molecules* (Vol. 2, Issue 1).

M. Fika, F. Y. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Ngmplak Tulungagung. *Ekonomi*, 67-76.

Muliadi, A. S. (2021). *Strategi Pemasaran Pedagang Buah Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Pasar Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah*. 93.

Sahrul. M. (2020). *Strategi Pemasaran Pedagang Kaki Lima Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Lapangan Pancasila Kota Palopo*. 1–80.

Sari, H. D. (2019). *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar*

Senggol Desa Karleko (Studi Kasus Pasar Senggol Desa Karleko Kecamatan Labuhan Haji Lombok Timur). 1–95.

Tussangadah, B. (2021). *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Pratistha Harsa Dalam Menarik Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Purwakerto. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwakerto.

Ulyanti, N. F. (2015). *Strategi pemasaran pedagang pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam (studi kasus di pasar Lebaksiu-Tegal)*. 92.

Jurnal

Akmaliah, N. (2015). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Konveksi Kaosta' Parepare. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.

Artanti, A., & Adinugraha, H., H. (2020). Strategi Pemasaran Word of Mouth pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Produk Home Industry Mie Eblek DEsa Kasepuhan). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 2620–7680. <http://repository.usu.ac.id>

Cahya, A. D., Ayu kristiani, F., Sari, Nova, D., & Mayrenda, N. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Ega Collection. *Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 113–126.

Hanum, N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki lima di Kota Kuala Simpang. *Jurnal Samudera Ekonomika*, 1 (1), 72-86.

Karmila, Kurniaty, & Junaidi. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Menarik Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekstra Banjarmasin. *EPrints UNISKA*, 4(1), 1–23.

Maguni, W., & Mongkito, A. W. (2023). *MARKETING STRATEGY THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA (Study at Nazwa Hijab Kendari Clothing Store)*. 2(1), 308–322.

Marzuki, I., & Ramdaniah, F. (2019). Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(1), 54–64.

- Melati, M., Kelana, I. N., & Saleh, L. (2022). Effect of Marketing Mix, Service Quality, and Consumer Satisfaction on the Decision to Purchase Mio M3 CW Motorcycle at PT. Hasjrat Abadi Unaaha. *Budapest International Research ...*, 2007, 10142–10149.
- Nabela, D. (2017). *an Exploratory Study of the Factors Affecting the Levels of Incomes Among Traders in Tumenggungan Market , Kebumen Regency*. 3(1), 17–27.
- Sinaga, K. (2021). Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Business Model Canvas dan Analisis Swot (Studi Kasus: di Toko Kue X) *Jurnal Teknik Industri*, 5 (1).
- Sudrajat, A. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim: Studi pada Pedagang Sayuran di Pasar Jagastru Cirebon. 8(1), 107-134.
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. H. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Syukur, P. A., & Syahbuddin, F. (2017). Konsep Marketing Mix Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, (Vol. 5, No.1, (2017), 71-94.
- Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 42–48.

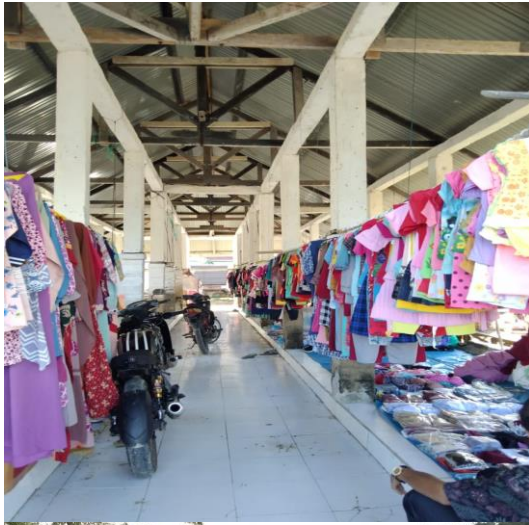
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR INFORMAN

No	Nama Pedagang	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Ayu	24 Tahun	Perempuan	Pedagang Pakaian
2	Sumija	50 Tahun	Perempuan	Pedagang Sayur
3	La Imba	55 Tahun	Laki-laki	Pedagang Perabot
4	Lena	39 Tahun	Perempuan	Pedagang Sayur
5	Wa Rania	47 Tahun	Perempuan	Pedagang Sembako
6	La Damini	41 Tahun	Laki-laki	Pedagang Ikan
7	Lestari	45 Tahun	Perempuan	Pedagang Perabot
8	Santi	31 Tahun	Perempuan	Pedagang Kue Basah

DOKUMENTASI





PEDOMAN WAWANCARA

A. Daftar pertanyaan dengan pedagang

➤ **Pendapatan**

1. Identitas responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Jenis Usaha :

2. Berapa modal yang Bapak/Ibu gunakan untuk berdagang?

3. Apakah Bapak/Ibu menggunakan modal sendiri dalam berdagang atau meminjam modal dari luar?

4. Berapa pendapatan rata-rata harian Bapak/Ibu?

5. Berapa biaya yang bapak/ibu keluarkan dalam menjalani usaha berdagang di pasar Tompano setiap bulannya?

➤ **Strategi Pemasaran**

1. Strategi pemasaran apa yang Bapak/Ibu gunakan agar mampu bersaing dan mempertahankan barang dagangan anda?

2. Bagaimana dengan strategi produk, harga, tempat dan promosi yang Bapak/Ibu gunakan agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan?

3. Apakah dalam transaksi Bapak/Ibu menggunakan sistem tawar menawar?

4. Apakah strategi pemasaran yang bapak/ibu terapkan mempengaruhi pendapatan?

5. Berapa tingkat pendapatan Bapak/Ibu setelah menjalankan strategi tersebut?

➤ **Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam**

1. Apakah dagangan yang Bapak/Ibu tawarkan aman, sehat, utuh dan halal?

2. Apakah Bapak/Ibu selalu menawarkan produk yang baik dengan harga yang sesuai?

3. Apakah dagangan yang Bapak/Ibu tawarkan memiliki nilai guna bagi konsumen?

4. Apakah Bapak/Ibu bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan saat promosi?
5. Dalam mempromosikan dagangan, apakah Bapak/Ibu mengatakan kondisi barang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya?
6. Apakah Bapak/Ibu berhenti berjualan sejenak untuk melaksanakan shalat?
7. Apakah strategi pemasaran yang Bapak/Ibu lakukan untuk meningkatkan penjualan telah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, baik dalam produk, harga, tempat dan promosi?

B. Daftar pertanyaan pada konsumen

1. Bagaimana dengan perbandingan produk dan harga yang ditawarkan oleh para pedagang?
2. Bagaimana dengan promosi yang dilakukan pedagang dalam menawarkan dagangan yang dijual?
3. Apakah pedagang bertanggung jawab terhadap apa yang dipromosikan dan menepati janji yang diberikan saat promosi?

Catatan: Pertanyaan-pertanyaan diatas dapat berkembang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada dilapangan.



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI TENGGARA
BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jl. Mayjend S. Parman No. 03 Kendari 93121

Website : balitbang sulawesitenggara prov.go.id Email: badan litbang sultra01@gmail.com

Kendari, 31 Januari 2023

Kepada

Nomor : 070/453/1/2023
Sifat : -
Lampiran : -
Perihal : IZIN PENELITIAN.

Yth. Bupati Muna
Di-
RAHA

Berdasarkan Surat Dekan FEBI IAIN Kendari Nomor : 042/FE/FE.1/TL.00/01/2023 tanggal, 27 Januari 2023 perihal tersebut diatas, Mahasiswa dibawah ini :

Nama : SULFIANTI
NIM : 19050101118
Prog. Studi : Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa
Lokasi Penelitian : Pasar Tompano Kec. Pasir Putih Kab. Muna

Bermaksud untuk Melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Daerah/Sesuai Lokasi diatas, dalam rangka penyusunan KTI/Skripsi/Tesis/Disertasi, dengan judul :

"STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG DALAM MENARIK MINTA BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI PASAR TOMPANO KECAMATAN PASIR PUTIH KABUPATEN MUNA)".

Yang akan dilaksanakan dari tanggal : 31 Januari 2023 sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Senantiasa menjaga keamanan dan ketertiban serta mentaati perundang-undangan yang berlaku.
2. Tidak mengadakan kegiatan lain yang bertentangan dengan rencana semula.
3. Dalam setiap kegiatan dilapangan agar pihak Peneliti senantiasa koordinasi dengan Pemerintah setempat.
4. Wajib menghormati adat Istiadat yang berlaku di daerah setempat.
5. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Gubernur Sulawesi Tenggara Cq. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sulawesi Tenggara.
6. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian surat Izin Penelitian diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

an. GUBERNUR SULAWESI TENGGARA
KEPALA BADAN RISET & INOVASI DAERAH
PROV. SULAWESI TENGGARA



Dra. Hj. ISMA, M.Si

Pembina Utama Madya, Gol. IV/d
Nip. 19660306 198603 2 016

T e m b u s a n :

1. Gubernur Sulawesi Tenggara (sebagai laporan) di Kendari;
2. Dekan FEBI IAIN Kendari di Kendari;
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kendari di Kendari;
4. Kepala Balitbang Kab. Muna di Raha;
5. Camat Pasir Putih di Tempat;
6. Kepala PD Pasar Tompano di Tempat;
7. Mahasiswa yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN MUNA
KECAMATAN PASIR PUTHI
DESA KAMOSOPE

Jln Poros Bau-Bau, Desa Kamosope, Kec Pasir Putih Kode Pos 93685

SURAT KETERANGAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 470/Smp/277/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah :

Nama : Samsuddin
Jabatan : Kepala Desa Kamosope

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Sulfranti
Tempat/Tanggal Lahir : Kapeo-peo, 07 September 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Kendari

Yang bersangkutan telah melaksanakan Penelitian/Pengambilan Data di Pasar Tompano, Kec. Pasir Putih, Kab Muna sejak tanggal 15 Februari 2023 yang berkaitan dengan "*STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI PASAR TOMPANO, KEC. PASIR PUTHI, KAB. MUNA)*". Semoga data yang diperoleh dapat digunakan sebagaimana mestinya

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Kamosope, 25 April 2023
Kepala Desa Kamosope



FRN : 125-050512



CERTIFICATE OF SIMILARITY



This award is given to

Sulfianti

Title :

"STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS DI PASAR TOMPAHO KEC. PASIR PUTIH KAB. MUNA)"

This is to Certify that document detailed below has been evaluated by plagiarism/similarity checking software Ithenticate (turnitin). The content was found plagiarism free of 29% (below permissible limit).

Kendari, 20 Juli 2023
Document Examiner

turnitin

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

(*CURRICULUM VITAE*)



IDENTITAS

- Nama : Sulfianti
- Tempat/tanggal lahir : Kapoeo-peo, 07 September 2000
- Jenis Kelamin : Perempuan
- Agama : Islam
- Nomor HP : 085210336983
- Alamat Rumah : Bone, Desa Bumbu
- Email : sulfiantisul24@gmail.com

DATA KELUARGA

- Nama Orang Tua
 - Ayah : La Dale
 - Ibu : Wa Pila
- Nama Saudara Kandung
 - Anak Pertama : Asis Dale
 - Anak Kedua : Liyana
 - Anak Ketiga : Zahinu
 - Anak Keempat : Ruslan
 - Anak Kelima : Delni, S. Pd

RIWAYAT PENDIDIKAN

- SD : SD Negeri 4 Wakorumba Selatan
- SMP : SMP Negeri 1 Pasir Putih
- SMA : SMA Negeri 1 Pasir Putih

Kendari, 20 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sulfi'.

Sulfianti

NIM. 19050101118