

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Assauri, & Sofjan, P. D. (2013). Buku Strategic Marketting. In *Strategic Marketting*.
- Bungin, B. (2015). Buku Metodologi Penelitian. In *Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada.
- Dr. Drs. Ngatno, M. (2017). Buku Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (p. 7).
- Fawzi, M. G. H., & Iskandar, A. S. (2022). Buku Konsep , Teori dan Implementasi. In *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi* (p. 23).
- Firmansyah, H., & Intan Nurrachmi dll. (2022). Buku Teori Marketing. In *Teori Marketing* (p. 1).
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Pemasaran Produk dan Merek* (p. 5).
- Fordebi, A. (2019). Buku Ekonomi Dan Bisnis Islam. In *Ekonomi Dan Bisnis Islam* (3rd ed., p. 138).
- Hartimbul, P. D. N. F., & Ginting, S.E., S.H., M. M. (2023). Buku Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (1st ed., p. 105).
- Hendrayani, E., & Sitinjak, W. (2021). Buku Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In *Manajemen Pemasaran* (Issue June).
- Husein, U. (2014). Buku Metode Penelitian. In *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis* (p. 42). PT Rajagrafindo Persada.
- Karim, I. A. A. (2015). Buku Ekonomi Makro Islam. In *Ekonomi Makro Islam*.
- M. Nur Rianto Al Arif. (2014). Buku Teori Mikro Ekonomi. In *Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*.
- Mandey, S. S. L. (2022). Buku Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran. In *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran*

- Pemasaran* (p. 3).
- Nasution, S. (2003). Buku Metode Research (Penelitian Ilmiah). In *Metode Research* (p. 113). PT Bumi Aksara.
- Nurhasanah, S. (2019). Buku Strategi Pembelajaran. In *Strategi Pembelajaran* (p. 3).
- P3EI. (2007). Buku Ekonomi Islam. In *Ekonomi Islam*.
- Prof. Dr. H. Idris, M. A. (2017). Buku Hadis Ekonomi. In *Hadis Ekonomi*.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Buku Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (p. 1).
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). Buku Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2014). Buku Metode Penelitian. In Sutopo (Ed.), *Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta, Cv.
- Tanama, B. R. (2017). Buku Manajemen pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (p. 2).
- Tohirin. (2013). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. PT Rajagrafindo Persada.
- Wikrama, A., & Saputra. (2014). Buku Metodologi Penelitian. In *Metodologi Penelitian Bisnis (Pertama)*. Graha Ilmu.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). Buku Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (p. 6).

### **Jurnal :**

- Agusrinal, D. D. (2014). Jurnal Sains, Teknologi dan Industri. *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan*, 11(2), 175–184.
- Alhaddad, M. R. (2020). Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi. *Penerapan 7p Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi*, 1(4), 325–333.  
<https://doi.org/10.31933/JEMSI>

- Atmoko, T. P. H. (2018). Journal of Indonesian Tourism. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta, 1*, 83–96.
- Barqi, A. (2020). Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. *Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad Saw Sebagai Pedoman Berwirausaha, 5(1)*, 91–100.
- Burhanuddin. (2018). Journal of Islamic Management and Bussines. *Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional Di Kecamatan Wotu, 1(2)*, 20–32.
- Fadilah, N. (2020). ejournal.iaifa. *Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ' Ah, 1(2)*.
- Fikri, M. H. (2021). Jurnal Bisnis Mahasiswa. *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepatu, 7–11*.
- Giri Dwinanda, Y. N. (2020). Jurnal Mirai Management. *Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar, 6(1)*, 120–136.
- Haerisma, A. S. (2018). Jurnal Hukum Ekonomi. *Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Tinjauan Etika Bisnis Islam, 3, 2*.
- Handayani, I. (2020). Jurnal strategi pemasaran. *Tinjauan Strategi Pemasaran Syariah Pada Penjualan Produk Inez Di Minimarket Khatulistiwa Bengkulu*.
- Handika, M. R. (2018). Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram, 15(2)*, 192–203.
- Hanggraito. (2020). Jurnal Kepariwisata. *Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta, 4(19)*, 72–83.
- Izzuddin, A. (2021). Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes, 7(1)*, 25–33.
- Khairani, Z. (2018). Jurnal Benefita. *Efektivitas Promosi Melalui*

- Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru*Jurnal, 3(2), 239–247.
- Kusumawaty, Y. (2020). Jurnal Agribisnis. *Strategi Pemasaran Produk Makanan Pingan Khas Riau (Kripik Nanas Dan Rengginang Ubi Kayu)*, 20(2), 124–138.
- Lestari, W. (2019). Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam. *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV . Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, 1(1).
- Maguni, W., Mongkito, A. W., & Sumiyadi. (2022). Marketing Strategy through Instagram Social Media. *Journal of Economics & Management Research*, 2(1), 1–6. [https://doi.org/10.47363/jesmr/2022\(3\)167](https://doi.org/10.47363/jesmr/2022(3)167)
- Mahardhika, W. B. (2019). Jurnal Manajemen dan Bisnis. *Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram*, 16(1), 13–27.
- Muliati, T., & Nurmatias, F. (2018). Jurnal Al-Hisbah. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafoot N S Teak House Di Kota Dumai*, 2(3), 1–15.
- Mundir, A. (2020). Jurnal Mu'allim. *Etika Bisnis Islam Pada Era Distrupsi*, 2, 15–28.
- Na'afi, S. (2018). Jurnal Hukum Islam. *Rahasia Dagang (HaKI) Dalam Etika Bisnis Syari'ah*, XXII, 89–118.
- Nathalia, D. G., & Anggraini, R. (2022). Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEBS). *Penerapan Prinsip Transparansi Pada Kegiatan Perdagangan Ditinjau Dari Sifat Amanah Nabi Muhammad*, 2(3), 806–812.
- Nurfauzia, V. (2020). Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam. *Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah*, 3, 82–95.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Jurnal Common. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi ( Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House )*, 3, 1.

- Putri, N. A. (2021). Jurnal pemasaran. *Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Tiwul Sebagai Destinasi Wisata Kuliner Di Gunung Kidul Jogja*, 04(1), 340–356.
- Rahmatillah, N. (2020). Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam. *Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Islam*, 1(I), 16–31.
- Setiawan, T. F. (2018). [journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi](http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi). *Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan ( Studi Kasus Di Kecamatan Cibinong )*, 13(2), 116–126.
- Sukotjo, H. (2010). Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis. *Analisa Marketing Mix-7P ( Produk , Price , Promotion , Place , Partisipant , Process , Dan Physical Evidence ) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta Di Surabaya*, 1(2), 216–228.
- Susanto, D. (2013). Jurnal Progresif. *Penerapan Metode Marketing Mix 7P Untuk Perumusan Strategi Pemasaran Jasa*, 9, 919–930.
- Syafiq, A. (2019). Jurnal El-Faqih. *Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam*, 5(April 2019).
- Trisnawati, E. (2021). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. *Implementasi Etika Berdagang Dengan Sifat Siddiq, Tabligh, Fathanah Pada Waroeng Steak and Shake Cabang Boulevard Makassar*, 4, 177–183.
- Triyanto, W. A. (2015). Jurnal Simetris. *Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk*, 6(1), 183–188.
- Vernia, D. M. (2019). Jurnal Pengabdian Untuk Negri. *Sosialisasi Dan Pembekalan Strategi Pemasaran Produk Olahan Pisang Pada Siswa Pondok*, 3(2), 125–128.

**Skripsi :**

- Agustin, W. N. (2022). Strategi Pemasaran Online. In *Strategi pemasaran online dalam peningkatan volume penjualan pada umkm kripik pisang elvin snack*.
- Andika, F. (2012). Analisis Strategi Marketing. In *Analisis Strategi Marketing Gumati Cafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perspektif Islam* Ferry Andika (Vol. 3, Issue 1).
- Arisandi. (2017). Strategi Pemasaran. In *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Produk Kuliner Usaha Kecil dan Menengah di Pekanbaru* (Vol. 15).
- Asrori, M. (2018). strategi pembelajaran. In *Pengertian, tujuan dan ruang lingkup strategi pembelajaran* (Issue 50).
- Astika, A. (2017). strategi pemasaran berbasis syariah. In *pengaruh strategi pemasaran berbasis syariah terhadap minat konsumen untuk membeli produk pada zoya palembang*.
- Azhar, H. (2017). Strategi Marketing Mix. In *Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Pengiriman Barang Dan Jasa Di Tinjau Dari Etika Bisni Islam*.
- Ghafur, A. (2018). Etika bisnis. In *Etika bisnis dalam perspektif islam* (Issue 2).
- Hardi, A. (2019). Pemasaran Umkm Kuliner. In *Membangun Strategi Pemasaran Umkm Kuliner Kajian Febomenologi Angkringan di Surabaya*.
- Indriati, R. (2018). Strategi Pemasaran Online. In *Strategi Pemasaran Online Menggunakan Teknik Funneling Dan Upselling*.
- Jati, W. S. (2019). Strategi Penerapan Marketing Mix (4P). In *Strategi Penerapan Marketing Mix (4P)* (p. 1).
- Lubi, S. na N. ty. (2020). Strategi Pemasaran. In *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*.
- Maldina, E. Y. (2016). strategi pemasaran islam. In *strategi pemasaran islam dalam meningkatkan penjualan dalam butik*

*calista*.

- Mardiana, Ii. (2021). *Analisis Partisipasi, Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengelolaan Dana Desa (Studi pada Desa Cipeuteuy, Kecamatan Darmaraja, Kabupaten Sumedang 2017-2019)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami. In *Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista* (Vol. 3, Issue 1).
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis. In *Etika Bisnis dalam perspektif islam* (Vol. 9, Issue 1).
- Riski, M. (2016). *Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Sunjoto, A. R. (2011). Strategi pemasaran. In *Strategi pemasaran swalayan pamella dalam perspektif islam: Vol. I* (Issue 2).
- Tamara, A. (2016). Implementasi Analisis Swot. In *Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis*.
- Wilardjo, S. B. (2018). perkembangan bank syariah di indonesia. In *Pengertian, peranan dan perkembangan bank syariah di indonesia* (Vol. 2, Issue 1).

**Website:**

- Hestanto. (2021). [www.hestanto.we.id](http://www.hestanto.we.id). Pengertian , Konsep , Dan Strategi Pemasaran Syari ' Ah.
- Wikipedia. [https://id.wikipedia.org/wiki/Hidangan\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Hidangan_Indonesia). (2018). [https://id.wikipedia.org/wiki/Hidangan\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Hidangan_Indonesia). Hidangan Indonesia.