

DAFTAR PUSTAKA

- Acha, H. *et al.* (2023) 'Analysis Of Sharia Laundry Marketing Strategy In Mamuju District', *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 7(1), pp. 36–54. Available at: <https://doi.org/10.21070/perisai.v7i1.1626>.
- Agus Susilo (2023) *Strategi Meningkatkan Behavior Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust Pada Konsumen Koperasi*. Zifatama Jawa.
- Ahmad A.S and Hapzi Ali (2025) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik)', *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2). Available at: <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2>.
- Ali, M.H. (2020) 'PENERAPAN ETIKA BISNIS DAN STRATEGI MANAJEMEN SAAT PANDEMI COVID-19 BAGI UMKM', *Eco-Entrepreneurship*, 6(1). Available at: <https://doi.org/10.21107/ee.v6i1.8834>.
- Amtai Alasan, S.IP.,M.Si.. and Shara Nurachma (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. 1st edn. Jl. Raya Leuwintangung, No.112, Kel. Leuwintangung, Kec. Tapos, Kota Depok 16456: PT RAJAGRAFINDO PERSADA (1). Available at: https://osf.io/preprints/thesiscommons/2pr4s_v1 (Accessed: 7 January 2025).
- Ardiansyah, Risnita and Jailani, M.S. (2023) 'Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif', *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), pp. 1–9. Available at: <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>.
- Arwani, W. *et al.* (2022) 'Halal-Thayyib, Food Products, and the Halal Industry: A Thematic Analysis on the Verses of the Qur'an', *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 14(1), p. 99. Available at: <https://doi.org/10.24235/amwal.v14i1.10830>.
- Azhari, F. and Ali, H. (2024) 'Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan', *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(2), pp. 72–81. Available at: <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i2.146>.
- Cosmas Gatot Haryono (2020) *RAGAM METODE PENELITIAN KUALITATIF KOMUNIKASI*. Edited by Dewi Esti Restiani. Jln. Bojong genteng Nomor 18, Kec. Bojong genteng Kab. Sukabumi, Jawa Barat 43353: CV Jejak, anggota IKAPI.
- Dwijayanti, A. and Pramesti, P. (2020) 'Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM

- Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19', *IKRAITH-ABDIMAS Journals.upi*, 4(2). Available at: <https://doi.org/10.37817/IKRA-ITHABDIMAS>.
- Evasari, A.D. (2020) 'STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DENGAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK', *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 4(1). Available at: <https://doi.org/10.30762/istithmar.v4i1.3>.
- Fadli, M.R. (2021) 'Memahami desain metode penelitian kualitatif', *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1). Available at: <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Firdaus, F. (2023) 'IMPLIKASI SERTIFIKAT HALAL DALAM MANEJEMEN BISNIS INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN', *At-Tawazun, Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(02), pp. 39–54. Available at: <https://doi.org/10.55799/tawazun.v11i02.322>.
- Fitria Ramadhani Hafid, Masse, R.A. and Sofyan, S. (2023) 'Strategi Pemasaran Islami Terhadap Peningkatan Usaha Kripik Pisang Bunkey Makassar', *At Tawazun Jurnal ekonomi Islam*, 3(1). Available at: <https://doi.org/10.24252/attawazun.v3i1.32904>.
- Hartati, T., Sucipto, I. and Sutrisno, B. (2023) 'Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Vegetables al-Muhajirin Farm', *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 3(1), pp. 1–27. Available at: <https://doi.org/10.37726/jammiah.v3i1.488>.
- Hasanah, A.I. (2021) 'Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.31219/osf.io/6ps2q>.
- Hasanah, M., Istikomah, and Muhammad Syafii (2023) 'Implementasi Halal Value Chain Dalam Mewujudkan Ekosistem Halal pada Produk Unggulan UD Mitra Jamur Jember', *At-Tasharruf 'Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah'*, 5(2), pp. 98–107. Available at: <https://doi.org/10.32528/at.v5i2.1131>.
- Kaharuddin (2020) 'Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi', *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), pp. 1–8. Available at: <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4489>.
- Laili, R.R. and Canggi, C. (2021) 'PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BODY LOTION CITRA (STUDI KASUS MAHASISWA SURABAYA)', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), p. 743. Available at: <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>.

- Lestari, E.P. (2024) 'PENGARUH SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA PRODUK MADU DI MA ANDALUSIA', *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 2(2), pp. 1–16. Available at: <https://doi.org/10.47498/iqtishad.v2i2.3646>.
- Maghfirah, I. (2022) 'Analisis Strategi Pemasaran Hotel Yang Berbasis Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Dan Marketing Syariah', *ADILLA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syaria'h*, 5(1), pp. 64–74. Available at: <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i1.2993>.
- Malik, A. *et al.* (2025) 'PRODUKSI HALAL DAN STANDAR SYARIAH DALAM INDUSTRI', *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), pp. 97–103.
- Malisa, R.M., Nasution, M.A. and Siregar, O.M. (2022) 'Strategi Bisnis dalam Meraih Keunggulan Bersaing melalui Metode Analisis Swot', *Journal of Social Research*, 1(7), pp. 743–750. Available at: <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.145>.
- Meyrianti, F. *et al.* (2025) 'PERAN SERTIFIKASI HALAL DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN KEDAI MAKANAN', *Open Access*, 10(1). Available at: <https://doi.org/10.9963/3dz6h795>.
- Mubarok, N. and Maldina, E.Y. (2017) 'STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BUTIK CALISTA', . Juni [Preprint], (1).
- Muzakky, A.I.S. (2025) 'Strategi Pemasaran Transaksional Perspektif Islam', *KAMPUS AKADEMIK PUBLISHING Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2, pp. 110–117. Available at: <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3346>.
- Nasution, Alya Mahpuja and Syahriza, Rahmi (2021) 'Strategi Pengembangan Diri Agen Asuransi Dalam Mencapai Target pada PT. Sunlife Financial Cabang Kota Medan', *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI*, 1(3), pp. 186–190. Available at: <https://doi.org/10.36987/jumsi.v1i3.2603>.
- Nur, S.K. and Bashori, D.C. (2024) 'Pengaruh Sertifikasi Halal Hasil Olahan Varian Jamur Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di UD Mitra Jamur', 6(2).
- Pahleviannur, M.R. *et al.* (2022) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PENERBIT PRADINA PUSTAKA (Grup Penerbitan CV. Pradina Pustaka Grup).
- Prayuda, D. *et al.* (2023) 'HALAL INDUSTRY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGE IN THE GLOBAL MARKET', *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), p. 267. Available at: <https://doi.org/10.32507/ajei.v14i2.2376>.

- Rohim, A. and Rahman, T. (2024) 'IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH BERBASIS DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI PASAR LOKAL (Studi Pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan)', 2(10).
- Sahib, M. and Ifna, N. (2024) 'Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thoyyib dalam Kegiatan Konsumsi', 6.
- Sandy Hermawan (2024) 'STRATEGI PEMASARAN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: ROTTE BAKERY MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA', *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), pp. 124–136.
- Siagian, A.O. and Cahyono, Y. (2021) 'Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), pp. 206–217. Available at: <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>.
- Siregar, D.P. and Putri, J. (2024) 'STRATEGI PEMASARAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS HALAL DI ERA DIGITAL', *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam*, 2(2), pp. 29–44. Available at: <https://doi.org/10.47498/iqtishad.v2i2.3755>.
- Solihin, D. (2020) 'Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), pp. 38–51. Available at: <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>.
- Sudirwo, Apriyanto, and Daniel Adolp Ohyver (2025) *Buku Referensi Strategi Pemasaran*. Edited by Sepriano and Nurrohmi Gita Pemata. Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sulung, U. and Muspawi, M. (2024) 'MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN: PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER', *Jurnal Edu Research*, 5. Available at: <https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>.
- Sumadi, S. et al. (2021) 'Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughty Hijab Store)', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). Available at: <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>.
- Thahery, R. (2022) 'Implementasi Bauran Pemasaran Strategi 5P Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Merdeka Stationary di Pekanbaru', *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi (AMBITEK)*, 2(1), pp. 120–130. Available at: <https://doi.org/10.56870/ambitek.v2i1.42>.

Trisna Rukhmana, S.Pd., M.Pd. *et al.* (2024) *METODE PENELITIAN KUALITATIF Buku Referensi*. Edited by Paput Tri Cahyono. Jln.Melati, BKG. Palapa, Blok.T No.6 Batam-Indonesia 29432: CV.REY MEDIA GRAFFIKA PUBLISHER.

Ummah, R.S. and Saputri, N.W. (2024) ‘Pendekatan Kualitatif Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Strategi Pemasaran Perbankan Syariah’, *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4.

Zenny Oktamia Rachman, Sonny Subroto Maheri, and Beny Mahyudi Saputra (2022) ‘Strategi Promosi Pemasaran Di Kind English Course Kampung Inggris Pare Kediri’, *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(3), pp. 18–33. Available at: <https://doi.org/10.55606/jupiman.v1i3.427>.

