

DAFTAR PUSTAKA

- Abuznaid, Samir. *“Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market”*. An-Najah Univ. J. Res. (Humanities). Vol. 26(6), (2012).
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Alma, Buchari, dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta 2018.
- Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah 2021.
- Anjani, Hariyani Dwi, Irham, dan Lestari Rahayu Waluyati. *“Relationship Of 7P Marketing Mix And Consumers' Loyalty In Traditional Markets”*. Agro Ekonomi, Vol. 29, 2, December (2018).
- Anwar, Sanusi. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- Arista, Monica, wawancara oleh penulis, wawancara 3, transkrip, 22 Juni 2022.
- Asnawi, Nur, dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: Raja Grafindo Persada. 2017.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Konsep, Dasar, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002.
- Atmoko, Temoteus Prasetyo Hadi. *“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta”*. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation 1, no. 2. (2018).
- Bakhri, Syaeful, Leliya dan Latip Purnama. *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa”*. Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam Vol. 3, No. 2, Desember (2018).
- Bayanuloh, Ikhsan. *Marketing Syariah*. Yogyakarta: Deepublish. 2019.
- Data Dokumen, *Profil UMKM Sarung Batik Al-Hazmi*, 21 Juni 2022.
- Dewi, Pratiwie Nirmala, Chandra Hendriyani, dan Rommy M. Ramdhani. *“Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi”*. JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan) Volume 17 Nomor 2/Agustus (2021).
- Dwityasari, Ranti, dan Edriana Pangestuti. *“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Blimbing Malang”*.

- Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 50 No. 4 September (2017).
- Fadah, Isti, Desva Kansa Vijonta, Septarina Prita Dani, dan Istatuk Budi Yuswanto. “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus: Meryva Shop di Kulonprogo, Yogyakarta)*”. Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Volume 9 (1), (2022).
- Fahma, Reza dan Agus Eko Sujianto. “*Strategi Bauran Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Batik Liris Manis Tulungagung*”. Jurnal Cakrawala Ilmiah Vol.1, No.8, April (2022).
- Fauza, Afuz, wawancara oleh penulis, wawancara 6, transkrip, 22 Juni 2022.
- Gunara dan Sudibyo. *Marketing Muhammad SAW*. Bandung: PT. Karya Kita. 2007.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Penadamedia Group. 2016.
- Hashim, Nurhazirah, dan Muhammad Iskandar Hamzah. “*7P’s: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix*”. Procedia - Social and Behavioral Sciences 130 (2014).
- Hasil observasi di Sarung Batik Al-Hazmi Kudus, pada hari Selasa 21 Juni 2022, pukul 10.00 WIB.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Media Nusa Creative. 2016.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2019.
- Ibrahim, Malik dan Mufti Afif. “*Pengaruh Motivasi dan Marketing Mix Islami Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal SS Muntalan Jawa Tengah)*”. Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP), VOL. 03, No. 03, Agustus (2020).
- Istianah, M. kholil Nawawi, dan Syarifah Gustiawati. “*Analisis Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Tiws.Id*”. An-Nisbah. Jurnal Ekonomi Syariah Vol.5, No.1, (2018).
- Jazilinni’am, Naili. “*Analisis Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Ekonomi Syariah UMKM Hasma Jaya Lestari*”. Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation, Volume 2 Nomor1, Maret, (2022).
- Kertajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka 2006.

- Kotler, Philip, dan Garry Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks. 2004.
- Kotler, Philip, dan Garry Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks. 2004.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo 2002.
- Listyawati, Indri Hastuti. “Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minatbeli Konsumen”. *Jurnal Akademi Manajemen Administrasi Ypk*, Volume 134, Nomor 1. (2016).
- Mandasari, Dewi Jayanti, Joko Widodo, dan Sutrisno Djaja. “Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso”. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*. Volume 13 Nomor 1 (2019).
- Masrur, Muhammad, dan Agus Arwani, “Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Batik Kelurahan Banyurip Pekalongan Dengan Pendekatan Marketing Mix Berbasis Syariah”. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Volume 4. No. 1. (2019).
- Miati, Iis, dan Pratami Wulan Tresna. “Marketing Mix In Batik Gendheis Kota Banjar”. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.5, No. 2, Agustus (2020).
- Mubarok, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina. “Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista”. *Jurnal Economic* Vol.3. No 1. Juni (2017).
- Nurfauzia, Vira dan Khusnul Fikriyah. “Implementasi Strategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasaran Syariah”. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2. (2020).
- Octaviani, Wulan dan Rosana Eri Puspita. “The MUSLIM FASHION CONSUMERS AND PURCHASING DECISION”. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 4, no. 1, (2021).
- Puspitasari, Ana Widya, dan Reny Oktafia. “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Peningkatan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo”. *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 11, No. 2, (2020).
- Qotrunnada, Salma, wawancara oleh penulis, wawancara 2, transkrip, 21 Juni 2022.
- Riatmaja, Dodi. “Pengaruh Faktor- Faktor Marketing Mix Terhadap Niat Beli Di Hypermarket Dengan Persepsi Nilai Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, Volume 1 Nomor 1, Juli (2018).
- Rohman, Saifur, wawancara oleh penulis, wawancara 5, transkrip, 21 Juni 2022.

- Sari, Nindya Ferdian. “*Analisis Marketing Mix 4P dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Butik Omyka Collection)*”. Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation, Volume 2 Nomor1, Maret, (2022).
- Simatupang, Boto. “*Tinjauan Komplementer Pengaruh Teori Market Based View (MBV) dan Resource Based View (RBV) Terhadap Strategi dan Kinerja Perusahaan*”. Binus Business Review 4, no. 1, (2013).
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Sule, Erni Trisnawati, dan Muhammad Hasanudin. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: PT Refika Aditama. 2016.
- Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Academic Publishing. 2015.
- Swastha, Basu, dan Ibnu Sukotjo. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Yogyakarta: Liberty. 2002.
- Syarifudin, Siti Nur Azizah, Rofika Febriani, dan Rifqah Karimah. “*Analisis Islamic Marketing Mix Produk McDonald’s BTS Meal Di Indonesia*”. Kabilah: Journal Of Social Community, Vol. 6 No 2 Desember (2021).
- Syukur, Patah Abdul, dan Fahmi Syahbudin. “*Konsep Marketing Mix Syariah*”. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 5, No 1. April (2017).
- Tamami, Abdullah, wawancara oleh penulis, wawancara 4, transkrip, 21 Juni 2022.
- Tandjung, Jenu Widjaja, Irawan, Chandra, dan Prayogo, Teguh. *Competitive Marketing Strategy: Strategi Pemasaran Menghadapi Pesaing ASEAN+3 Di Era MEA*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2016.
- Taqiyya, Muhammad Kana, wawancara oleh penulis, wawancara 7, transkrip, 22 Juni 2022.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi. 2014.
- Tollo, Fanny dan Sesiliya Kempa. “*Analisis Aplikasi 7P pada Usaha Nasi Kuning Air Putri di Ambon*”. Jurnal AGORA, Vol.5 No.1, (2017).
- Zamroni dan Wahibur Rokhman. “*Pengaruh Marketing Mix Dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus*”. Jurnal Ekonomi Syariah. Volume 4. Nomor 1. Juni (2016).

- Wicaksono, Budi, wawancara oleh penulis, wawancara 1, transkrip, 21 Juni, 2022.
- Yusanto, Muhammad Ismail, dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. Depok: Gema Insani. 2002.
- Zainal, Veithzal Rivai, Firdaus Djaelani, Salim Basalamah, Husna Leila Yusran, dan Andria Permata Veithzal. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara. 2018.
- Zakharia, Muhammad Syahid, dan Agus Eko Sujianto. “Pengaruh Marketing Mix Syariah (7P) Terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang”. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Vol 3 No 5 (2022).

