

DAFTAR PUSTAKA

- A'dilla, N., Abdul hamid, Nurjannah, & Tabrani. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Industri Keripik Mustika Kota Langsa Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *AIL-HISAB: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 37–44.
- Aditya, F. (2018). The Marketing Strategy of the Product with Sensual Marketing Reviewed from Islamic Perspective. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 99–106. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v2i2.1261>
- Ameur, A. A. (2018). The Islamic Marketing and Branding in Europe. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 2(1), 42–50. <https://doi.org/10.46281/ijibfr.v2i1.39>
- Andri, Y. (2019). *Pengembangan UMKM: Pemasaran dan Promosi Masih Jadi Kendala*. Ekonomi.Bisnis.Com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191213/12/1181057/pengembangan-umkm-pemasaran-dan-promosi-masih-jadi-kendala>
- Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 352–362. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3912%0Ahttp://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/3912/1996>
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Ashari, T. (2022). Strategi Pemasaran Distributor Wingko Leo Lan Ing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Perspektif Etika Bisnis Islam. *JURNAL AL-SYIRKAH*, 3(1), 24–27.
- Assifa, S. N., Suprihatin, T., & Eprianti, N. (2020). Tinjauan Prinsip Etika Bisnis Islam pada Strategi Pemasaran di Restoran Royal Kashimura Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 205–208.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Bakhri, S., Leliya, & Purnama, L. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, 3(2), 284–299.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa.
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Dan Syariah*, 9(1), 128–146. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>
- Febriyani, C. (2019). *Level Pedasnya Cuma dari 0-1, Tapi Kamu Berani Coba Mie Jengkang*. Akurat.Co. <https://akurat.co/level-pedasnya-cuma-dari-0-1-tapi-kamu-berani-coba-mie-jengkang>
- Gunawati, U., & Sudarwati, W. (2017). Analisis Studi Kelayakan Usaha Bisnis

- Cassava Chips Di Perumahan Mardani Raya. *JURNAL Integrasi Sistem Industri*, 4(1), 35–34.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. Deepublish Publisher.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (ed. H. Saz). Wal ashri Publishing.
- Hasan, M. (2019). Social Marketing : An Islamic Perspective. *Journal Of Islamic Marketing*.
- Hasriani, Kappaja, I., & Idayanti. (2022). Strategi Marketing Mix pada Pengelolaan Usaha CV Rabbani Asysa dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al-Azhar: Journal of Islamic Economics*, 4(1), 25–36. <https://doi.org/10.37146/ajie>
- Ika. (2019). *Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia*. Ugm.Ac.Id. <https://www.ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>
- Jelita, I. N. (2021). *Industri Makanan Minuman Tumbuh Positif Saat Pandemi*. Mediaindonesia.Com. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/378643/industri-makanan-minuman-tumbuh-positif-saat-pandemi>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* ((13 Jilid). Erlangga.
- Kunaifi, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Syariah Pendekatan Human Spirit: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasinya*. Maghza Pustaka.
- Kurnianto, A. M., Syah, T. Y. R., Pusaka, S., & Ramdhani, D. (2019). Marketing Strategy on The Project Planning of Retail Business for Garage Shop. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(1), 217–229. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i1.513>
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam. *Jurnal At-Tasyri'iy*, 2(1), 27–43.
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV . Tinta Kaili Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 64–84.
- Maghfirah, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Hotel Yang Berbasis Syariah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Dan Marketing Syariah (Studi Kasus Di Hotel Wali Songo Surabaya). *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 64–74.
- Millah, H., Komar, A., & Maryani. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Prespektif Etika Bisnis Islam. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(2), 13–21. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2020.v1i2.13-21>
- Mubarok, N., & Medina, E. Y. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
- MUI. (2009). *Fatwa DSN MUI No : 75/DSN MUI/VII/2009*. Dewan Syariah

Nasional MUI.

- Mukhtazar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan* (ed 1). Absolute Media.
- N.R., A. A. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Nabila, U. A., & Asari, M. H. K. (2020). Strategi Pemasaran Gula Rap-Rap Dalam Meningkatkan Pendapatan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Perspektif Etika Bisnis Islam Di Desa Tampojung Pergi Kec Waru Kab Pamekasan. *Ekomadania: Journal of Islamic Economic and Social*, 3(2), 139–156.
- Nurhasanah, Luthfi, A., & Jalil, A. (2020). Strategi Pemasaran Warung Kopi H. Ismail Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Konsumen Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 20–34.
- Poskota.co.id. (2020). *Pedasnya Mie Jenggang, Bikin Lidah Bergoyang*. Poskota.Co.Id. <https://poskota.co.id/2020/7/19/pedasnya-mie-jenggang-bikin-lidah-bergoyang?halaman=1>
- Priyatno, P. D., Handayani, T., & Yetty, F. (2022). *Buku Ajar Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Deepublish Publisher.
- Putra, D. A. (2021). *Jumlah Wirausaha Indonesia Jauh di Bawah Malaysia dan Thailand*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/jumlah-wirausaha-indonesia-jauh-di-bawah-malaysia-dan-thailand.html>
- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish Publisher.
- Sam, D. S., & Avriana, E. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Junal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 36–47.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development* (ed Rusmini). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Saputra, H., & Kaharudin, M. R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 143–162.
- SMESCO Indonesia. (2021a). *Meroketnya Ekonomi Digital Indonesia*. Smesco.Go.Id. <https://smesco.go.id/berita/meroketnya-ekonomi-digital-indonesia>
- SMESCO Indonesia. (2021b). *UMKM, Pahlawan Ekonomi Nasional*. Smesco.Go.Id. <https://smesco.go.id/berita/umkm-pahlawan-ekonomi-nasional>
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan r & d)* (Ed 22). Alfabeta.
- Suryatama, E. (2014). *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Kata Pena.
- Umar, H. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Rajawali Pers.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @ Subur _ Batik). *Jurnal Sekretari*

Hasilatun Rizqo, 2022

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KEDAI USAHA MIE JENG-KANG MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id

Dan Manajemen, 2(2), 271–278.

World Instant Noodles Association. (2021). *Global Demand for Instant Noodles*. Instantnoodles.Org. <https://instantnoodles.org/en/noodles/demand/table/>

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Ed 4). Kencana.