

2. Berdasarkan dari analisis etika bisnis Islam yukbisnis sudah sinkron namun lebih ditingkatkan lagi dalam aspek etika bisnis Islamnya dan sesuai dengan syariat Islam
3. Untuk *manager* produk lebih mengapresiasi karyawan supaya karyawan loyal terhadap yukbisnis
4. Untuk penulis sendiri semoga skripsi ini menjadikan tambahan dalam keilmuan di bidang ilmu pengetahuan, terkait bisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan dalam segi pemasaran.



## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Y. (2017). Etika dan moral bisnis islam dalam peningkatan performa perusahaan. *unitri.ac.id*, 2.
- Anita. (2020). Analisis etika bisnis islam terhadap strategi pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla kota parepare . kota parepare.
- Butarbutar, B. (2019, Desember ). Peran etika bisnis dalam bisnis . pp. 188-189.
- Darmaswati, H. (2013). etika bisnis dalam perspektif islam eksplorasi prinsip etis Al-Quran dan Sunnah. *uinsi.ac.id*, 60.
- H. Fakhry Zamzam, H. A. (2020r). Etika Bisnis Islam ( seni berbisnis berkah). Deepublish Publishe.
- haryadi, N. (2017). Etika pemasaran pada mini market El-Jhon kota bengkulu ditinjau dari ekonomi islam.
- Irdayani. (2021). Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian di Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang.
- Jaya, H. (2018). Analisis Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran produk roti mantao.
- Jaya, H. (2018). Analisis etika bisnis islam terhadap strategi pemasaran produk roti mantao .
- Jaya, H. (2018). Analisis etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk Roti Mantao ( Studi Toko Sinar Terang Parepare).
- Joni Hendra K, M. D. (2018). Etika bisnis islam . Bandung : Manggu Makmur Tanjung Lestari ( anggota IKAPI.
- Jujur, S. A. (15 September 2021).
- Juliyani, E. (Maret 2016). Etika bisnis dalam perspektif islam . *core.ac.uk*, 64.
- K, S. M. (2016). Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran dalam peningkatan volume penjualan ( Studi Kota Parepare)., (p. 1).
- Lina Juliana, M. P. (2014). Analisis etika bisnis pada PT.Maju jaya di pare jawa timur. *publication.petra.ac.id*, 1.
- Noor, S. (2009). Penerapan analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran daihatsu luxio di malang . *poliban.ac.id*, 3.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm. *jurnal.stieama.ac.id*, 19.

- Sidik, F. M. (2018). Analisis strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan ditinjau dari etika bisnis islam .
- Utami, S. d. (n.d.). Buto Cakil Korporasi di Belantara Kapitalisme:Sebuah Usaha Merasa Keberadaan Oksigen Corporate Finance Alternatif. *digilib mercubuana.ac.id*, 2022.
- Widowati, H. (2019, 4 Kamis ). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Zaroni, A. N. (Desember 2007). Bisnis dalam perspektif islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi). *iajn-samarinda.ac.id*, 176.
- Ahmad Yusuf Marzuqi, A. B. (2010). Manajemen laba dalam tinjauan etika bisnis islam. *ejournal.unisnu.ac.id*, 4.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis: Konsep dan Implementasi pada pelaku usaha kecil. *journal.uinjkt.ac.id*, 118.
- Aravik, H. F. (April 2020). *Etika Bisnis Islam ( Seni Berbisnis Keberkahan)*. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Atmoko, T. P. (Oktober 2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. (p. 85). Yogyakarta: UPI.edu.
- Darmawati, H. (2013). Etika bisnis dalam perspektif islam : eksplorasi prinsip etis Al-Qur'an dan sunnah. *journal.uinsi.ac.id*, 63.
- Dkk, D. K. (2022). Pengaruh perusahaan startup terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia selama pandemi covid-19. *berajah journal*, 159.
- Dr. Hj. Apiaty Kamaluddin, M. (2017). Administrasi Bisnis. Jl. Antang Raya No.83: CV SAH MEDIA.
- Ekonomi, S. p. (2004). Vitha Hanafiyah. *Academia*, 1.
- ekonomi, S. p. (n.d.). Vitha Hanafiyah.
- Eldine, A. (n.d.). Etika Bisnis Islam .  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34692413/Etika\\_Bisnis\\_Islam-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633703197&Signature=IqvDik1QgRuFj~aWXmCbdQZsYisimBOQJSIJVSZDCPfAZKkMs1~ZkhfsXkg6vP9-n~4a7EoMYztEdpXXMDVcCqxbPHA1Fdo7kuBi9l~gcTal1Q2xZHQLqyDeS1DReuRDuSLD8kEk](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34692413/Etika_Bisnis_Islam-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633703197&Signature=IqvDik1QgRuFj~aWXmCbdQZsYisimBOQJSIJVSZDCPfAZKkMs1~ZkhfsXkg6vP9-n~4a7EoMYztEdpXXMDVcCqxbPHA1Fdo7kuBi9l~gcTal1Q2xZHQLqyDeS1DReuRDuSLD8kEk), 11.

- Fajriyah, L. W. (2018). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan tahubaxo ibu pudji ungaran dalam perspektif ekonomi islam . (pp. 64-65). Semarang : eprints. walisongo.ac.id .
- ghafur, A. (2018). Etika dalam perspektif islam. *inzah.ac.id*, 4.
- Grapadi, T. R. (2020, february Rabu). *kenali apa itu Starup dan perbedaannya dengan bisnis online*. Retrieved from grapedia news ( bacaan anak muda): <https://grapadinews.co.id/kenali-apa-itustartup-dan-perbedaannya-dengan-bisnis-online/>
- Hasoloan, A. (2018). Peran etika bisnis dalam perusahaan bisnis . *jurnal.dharmawangsa.ac.id*, 5.
- Hasoloan, A. (Juli 2018). Peranan Etika Bisnis dalam perusahaan Bisnis J. *Jurnal.dharmawangsa.ac.id*, 57.
- Hulaimi, A. (Januari-Juni 2017). Etika Bisnis Islam dan Dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi . *uinib.ac.id*, 6.
- Irawan, H. (2017). Penerapan etika bisnis islam pada pedangan sembako di pasar sentral sinaji. (p. 20). Sinaji: tepositori.uin-alauddin.ac.id.
- Joni Hendra K, M. D. (2018). *Etika Bisnis Islam* . Margahayu Kabupaten Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari .
- Juliani, E. (63). Etika Bisnis Islam Persepektif Islam . <https://core.ac.uk/download/pdf/268132884.pdf>, 3.
- Karamoy, S. W. (September 2013). Strategi Segmenting Targeting dan Positioning Pengaruh Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Produk KPR BNI Griya. *ejournal.unsrat.ac.id*, 569.
- kolter. (2019).
- Leli, M. (2019). Srategi pemasaran dalam perspektif islam . *Jurnal-At-Tasry'iy*, 33.
- Leli, M. (2019). SStrategi pemasaran dalam perspektif islam. *unsrat.ac.id*, 32.
- Lubis, A. N. ( 2004). Strategi pemasaran dalam persaingan bisnis . *Digitized by USU digital library* , 2.
- Muhamadiyah, R. (2020, Agustus Kamis). *Etika bisnis dalam islam*. Retrieved from Muhammadiyah.or.id: <https://muhammadiyah.or.id/etika-bisnis-dalam-islam/>
- Mursidah, U. (2017). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional ( Studi pada pasar betung kecamatan sekincau kabupaten lampung barat)., (pp. 43-46).
- Mursidah, U. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional ( Studi pasar Kecamatan sekincau Kabupaten Lampung

- Barat). <http://repository.radenintan.ac.id/2117/1/SKRIPSI.pdf> (p. 43). repository.radenintan.ac.id.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam menentukan strategi pemasaran daihatsu luxio di malang. *ejurnal.poliban.ac.id*, 3.
- Noor, S. (November 2014). Penerapan analisis Swopt dalam Menentukan strategi pemasaran daihatsu luxio di malang. *ejurnal.poliban.ac.id*, 3.
- Nurdyansyah. (Juni 2008). Penerapan startegi bauran pemasaran dalam persfektif ekonomi konvensional dan ekonomi islam ( studi kasus pada usaha kecil tahu jawa di desa branggahan-kediri ) . (pp. 53-54). kediri : ethese.uin-malang .
- preshallindo. (2013). Strategi Pemasaran. *fekon.uniska-bjm.ac.id*, 2.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa dayaan dan kalilondo salatiga. 19.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *jurnal.stiema.ac.id*, 19.
- Rahmat, A. (2020). Persaingan bisnis dalam jual beli sepeda motor kota parepare ( tinjauan etika bisnis Islam). (p. 33). repository.iainpare.ac.id.
- Ratna Purnama Sari, a. M. (Vol.9 no 2, Desember 2018). Pengaruh etika pemasaran islam terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *jurnalfai-uikabogor.org*, 134-135.
- Restiayu, W. (2020). Strategi Pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Toko Bag Coorner Ponorogo. (p. 22). etheses.iainponogoro.ac.id.
- sari, Y. P. (2017). Analisis Strategi segmentasi, targeting dan positioning dalam mengkatkan penjualan baju muslim ditinjau menurut persfektif ekonomi islam ( studi kasus pada toko busana muslim aneka sandang di kabupaten tulungagung). (p. 9). repo.iain-tulungagung.ac.id.
- Shabrina, Z. (2022, Januari Sabtu). Analisis Teks Terjemahan QS. Albaqarah ayat 188, Hadist dan perkataan ulama.
- Sirine, H. W. (September 2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi harga pada perusahaan kecap bldekok di cilacap . *uii.ac.id*, 181.
- Sunjoto, A. R. (Desember 2011). Startegi pemasaran swalaya pamella dalam persfektif islam . *JESI ( Jurnal Ekonomi SYariah Indonesia )* , 55.
- Sunjoto, A. R. (Desember 2011). Strategi pemasaran swalayan pamella dalam persfektif islam (Studi Kasus Swalayan Pamela Yogyakarta Tahun 2010). 48.

- Tanyid, M. (Oktober 2014). Etika dalam Pendidikan : Kajian Etis tentang Krisis Moral Berdampak pada Pendidikan. *stiffrey.ac.id*, 273.
- Toriquddin, M. (Desember 2015). Etika pemasaran perspektifal-qur'an dan relevansinya dalam perbankan syariah. *ejournal.uin-malang.ac.id*, 117.
- Wibowo, R. A. (18 September 2019). *Manajemen Pemasaran edisi 1*. Semarang .
- Wilson, J. (2012). "Looking at Islamic marketing, branding and Muslim consumer. *Journal of Islamic Marketing*, , 3.
- Yusanto, M. i. (2016). Menggagas bisnis islam. (p. 21). *eprints.walisongo.ac.id*.
- Zaroni, a. N. (2007). Bisnis dalam perfektif islam ( telaah aspek keagamaan dalam kehidupan ekonomi). *uinsi.ac.id*, (p. 176).
- Anita. (2020). Analisis etika bisnis islam terhadap strategi pemasaran PT. Toyota Hadji Kalla Kota Parepare., (p. 29).
- Haryadi, N. (2017). Etika pemasaran pada mini market el-john kota bengkulu ditinjau dari ekonomi islam., (p. 24).
- Meliani, C. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *academia.edu*, 5.
- Prawitasari, S. Y. (2010). Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi pemasaran berdaya saing ( Studi pada Dealer Honda Tunggal di Semarang). *pamungkas* (p. 32). semarang: undip.ac.id.
- sirclo.com. (2020, Desember ). Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkatkan Pesat.
- Sugiyono, P. D. (Oktober 2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Anggota penerbit indonesia (IKAPI).