

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., Saebani, B.A., 2014. *Metode Penelitian Eekonomi Islam (Muamalah)*, Cetakan ke-1. ed. CV PUSTAKA SETIA, Bandung.
- Adisaputro, G., 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. UPPSTIM YKPN, Yogyakarta.
- Alfirahmi, A. (2019). *Fenomena kopi kekinian di era 4.0 ditinjau dari marketing 4.0 dan teori uses and effect*. LUGAS Jurnal Komunikasi, 3(1), 24-32.
- Atmojo, A.T., Suryoutomo, M., 2021. Holdingisasi BUMN Sektor Keuangan Ultra Mikro dan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 2022.
- Azzahra, A., Savira, D., Salsabillah, S., & Affandi, S. (2020). *Analisis Karakteristik Pemasaran Syariah Pada Bank Syariah Mandiri*. Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam, 1(3), 265-271.
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). *Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention*. Journal of business research, 122, 608-620.
- Faizaty, N.E., 2021. *Analisa Kekuatan Internal Dan Perubahan Eksternal Dalam Menentukan Strategi Daya Saing Perusahaan*. MANAJERIAL 8, 222. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i03.2287>
- Hafid, A., & Bunurdi, A., 1996. *mushaf Al-Qur'an*. Duta Alim, Surabaya.
- Herosian, M. Y., & Samvara, M. A. (2019). *Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Dan Kemudahan Akses Layanan Aplikasi Belanja Online Dalam Peningkatan Daya Beli Masyarakat Kota Medan Di Era Revolusi Industri Marketing 4.0*. Jurnal Akbar Juara, 4(5), 45-62.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., Sugiarti, D., 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Cetakan ke-1. ed. KENCANA, Depok.
- Indra, N., 2020. *Pemikiran Koperasi dalam Menghadapi Industrial Era 4.0. and Society 5.0*. Ikopin, Sumedang, Jawa Barat.
- Irfani, H., Yeni, F., Wahyuni, R., 2020. *Pemanfaatan Digital Mmarketing Sebagai Strategi Pemasaran Padaukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0*.

- Kertajaya, H., Sula, M.S., 2006. *Syariah Marketing*. PT Mizan Pustaka, Bandung.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I., 2019. *Marketing 4.0: bergerak dari tradisional ke digital*, Cetakan ketiga. ed. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2009. *Marketing management*, 13th ed. ed. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, N.J.
- Nurbawani, A. (2021). *Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)*. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 52-73.
- Nurhisam, L. (2017). *Etika Marketing Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.
- Nurjati, Al Fasiri, M. J., & Dapiah. (2021). *Implementasi Karakter Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen*. *INKLUSIF: Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam*.
- Safitri, J. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Karakteristik Pemasaran Syariah, dan Citra Perusahaan terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Bumbu Desa Yogyakarta*.
- Semaun, S., Musdalifah, Rasyid, S. C., & Rukiah. (2022). *Pengaruh Karakteristik Sharia Marketing Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pinrang*. *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*.
- Sigit, M. (2018). *Marketing Syariah Sebagai Jiwa Bisnis*. Volume. 1, 2018.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALVABETA, Bandung.
- Syaputra, D. Y. (2021). *Konsep strategi pemasaran marketplace sebagai penerapan marketing 4.0*. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(06), 939-952.