

**STRATEGI PEMASARAN KEDAI KOPI AME  
DI KABUPATEN SIDOARJO PERSPEKTIF  
ETIKA BISNIS YUSUF AL QARDHAWI**

**SKRIPSI**

Oleh  
**CINTHYA MEILINA PAMUJI**  
NIM: G94219139



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2023**

# PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Cinthya Meilina Pamuji, G94219139, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 12 Mei 2023



Cinthya Meilina Pamuji

NIM. G94219139

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Surabaya, 12 Mei 2023

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Wigati', written over a horizontal line.

Dr. Sri Wigati, M.E.I

NIP. 197302212009122001

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

### STRATEGI PEMASARAN KEDAI KOPI AME DI KABUPATEN SIDOARJO PERSPEKTIF ETIKA BISNIS YUSUF AL QADHARWI

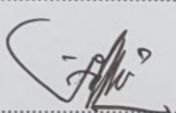
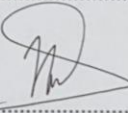
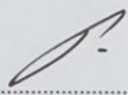
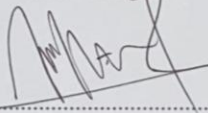
oleh  
Cintha Meilina Pamuji  
NIM: G94219139

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
tanggal 29 Mei 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

#### Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Sri Wigati, M.E.I.  
NIP. 197302212009122001  
(Penguji 1)
2. Dr. Sirajul Arifin, S. Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001  
(Penguji 2)
3. Nurlailah, S.E., M.M  
NIP. 196205222000032001  
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihin, S.E.I., M.E  
NIP. 202202001  
(Penguji 4)

#### Tanda Tangan:



Surabaya, 29 Mei 2023



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Cinthy Meilina Pamuji  
NIM : G94219139  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : cinmeilina@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Sekripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (..... )  
yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN KEDAI KOPI AME DI KABUPATEN SIDOARJO**  
**PERSPEKTIF ETIKA BISNIS YUSUF AL QARDHAWI**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Juli 2024

Penulis

( Cinthy Meilina Pamuji )  
*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Kedai Kopi Ame di Kabupaten Sidoarjo Perspektif Etika Bisnis Yusuf Al Qardhawi” disusun karena melihat perkembangan pesat didunia bisnis, mengharuskan pelaku bisnis melihat peluang dan merancang strategi pemasaran yang tepat, agar mampu bersaing dan tercapai tujuannya. Pertumbuhan kedai kopi yang menjamur berdampak pada persaingan ketat. Apabila perencanaan strategis tidak matang dan salah menentukan target pasar akan berpengaruh terhadap pemasaran. Dengan begitu, penerapan strategi pemasaran yang kurang baik beresiko terjadi penyimpangan etika di dunia bisnis, sehingga tidak tercipta kelayalitan pelanggan terhadap kedai tersebut. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini peneliti akan mengkaji mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kedai Kopi Ame dan strategi pemasaran yang ditinjau perspektif Etika Bisnis Yusuf Al Qardhawi.

Penelitian ini berfokus pada penelitian lapangan yang ditunjang dengan penelitian kepustakaan untuk memperoleh data dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dengan enam informan yaitu manager Kedai Kopi Ame beserta lima pelanggan kedai, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya Kedai Kopi Ame telah menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan menekankan bauran pemasaran elemen empat “P”. Produk berkualitas, harga terjangkau, kemudahan mendapatkan produk, promosi menarik dan jujur, pelayanan baik serta lokasi strategis, unik dan nyaman menjadi faktor pendukung dari keberhasilan Kedai Kopi Ame dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan sudah sesuai dengan etika bisnis Yusuf Al Qardhawi yakni berproduksi dalam lingkaran yang halal dengan memproduksi produk halal; tidak berlebihan dan menghindari mubadzir dengan melakukan *stock opname*; perlindungan kekayaan alam dengan melakukan kegiatan bisnis yang memperhatikan lingkungan sekitar; penetapan harga dan keuntungan yang adil sesuai daya beli masyarakat dan keuntungan yang diperoleh dianggap cukup dan tidak berlebihan; menafkahkan harta dalam kebaikan dengan bersedekah kepada sesama; kebebasan dan keadilan dengan menyediakan tempat fasilitas dan pelayanan terbaik tanpa mengurangi timbangan guna mempertahankan kualitas produk; benar, amanah dan jujur dalam penyampaian kelebihan dan kekurangan produknya sehingga dapat menciptakan kelayalitan pelanggan dan meningkatkan volume penjualan serta mengembangkan bisnis kedai kopi.

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti diantaranya, Kedai Kopi Ame terus meningkatkan kegiatan promosi yang menarik melalui kegiatan promosi yang gencar, diharapkan dapat lebih memaksimalkan pemasarannya berdasarkan etika bisnis Yusuf Al Qardhawi dan sesuai ajaran Islam, serta melegalkan kehalalan produknya, supaya pelanggan semakin yakin terhadap produk yang dikonsumsi mutlak halal.

Kata kunci: strategi pemasaran, bauran pemasaran, etika bisnis Islam

## ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy for Ame Coffee Shop in Sidoarjo Regency from Yusuf Al Qardhawi's Business Ethics Perspective" was prepared because seeing the rapid development in the business world, it requires business people to see opportunities and design appropriate marketing strategies, in order to be able to compete and achieve their goals. The mushrooming growth of coffee shops has resulted in intense competition. If strategic planning is not mature and the target market is incorrectly determined, it will affect marketing. In this way, implementing poor marketing strategies risks ethical deviations in the business world, resulting in no customer loyalty to the shop. Therefore, in this research the researcher will examine the marketing strategy implemented by Ame Coffee Shop and the marketing strategy reviewed by Yusuf Al Qardhawi's Business Ethics perspective.

This research focuses on field research supported by library research to obtain data using a descriptive qualitative approach. Data collection was carried out using observation methods, interviews with six informants, namely the manager of Kedai Kopi Ame and five customers of the shop, and documentation.

The research results show that Kedai Kopi Ame has implemented an appropriate marketing strategy by emphasizing the four "P" elements of the marketing mix. Quality products, affordable prices, ease of getting products, attractive and honest promotions, good service and a strategic, unique and comfortable location are supporting factors for the success of Ame Coffee Shop in developing its business. Apart from that, the marketing strategy carried out is in accordance with Yusuf Al Qardhawi's business ethics, namely producing in a halal circle by producing halal products; do not overdo it and avoid waste by carrying out stock taking; protecting natural resources by carrying out business activities that pay attention to the surrounding environment; setting fair prices and profits according to people's purchasing power and the profits obtained are considered sufficient and not excessive; spend wealth in goodness by giving charity to others; freedom and justice by providing the best facilities and services without reducing the scale in order to maintain product quality; correct, trustworthy and honest in conveying the advantages and disadvantages of its products so that it can create customer loyalty and increase sales volume and develop the coffee shop business.

Some suggestions that can be given by researchers include, Ame Coffee Shop continues to increase attractive promotional activities through intensive promotional activities, it is hoped that it can further maximize its marketing based on Yusuf Al Qardhawi's business ethics and in accordance with Islamic teachings, as well as legalizing the halalness of its products, so that customers will be more confident in The products consumed are absolutely halal.

Keywords: marketing strategy, marketing mix, Islamic business ethics

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1. Strategi Pemasaran .....	9
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	9
2.1.2 Konsep Strategi Pemasaran .....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	13
2.2 Etika Bisnis Islam.....	16
2.2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam .....	16
2.2.2 Prinsip Etika Bisnis Yusuf Al Qardhawi.....	16
2.2.3 Bauran Pemasaran Menurut Islam .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31
2.4 Penelitian Terdahulu.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	38



3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian .....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	47
4.1.1 Gambaran Umum Kedai Kopi Ame di Kabupaten Sidoarjo.....	47
4.1.2 Struktur Organisasi Kedai Kopi Ame.....	49
4.1.3 Keberagaman Produk di Kedai Kopi Ame .....	50
4.2 Hasil Penelitian .....	52
4.2.1 Strategi Pemasaran Kedai Kopi Ame di Kabupaten Sidoarjo .....	52
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Strategi Pemasaran Kedai Kopi Ame di Kabupaten Sidoarjo.....	67
4.3.2 Strategi Pemasaran Kedai Kopi Ame Perspektif Etika Bisnis Yusuf Al Qardhawi .....	78
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>100</b>
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

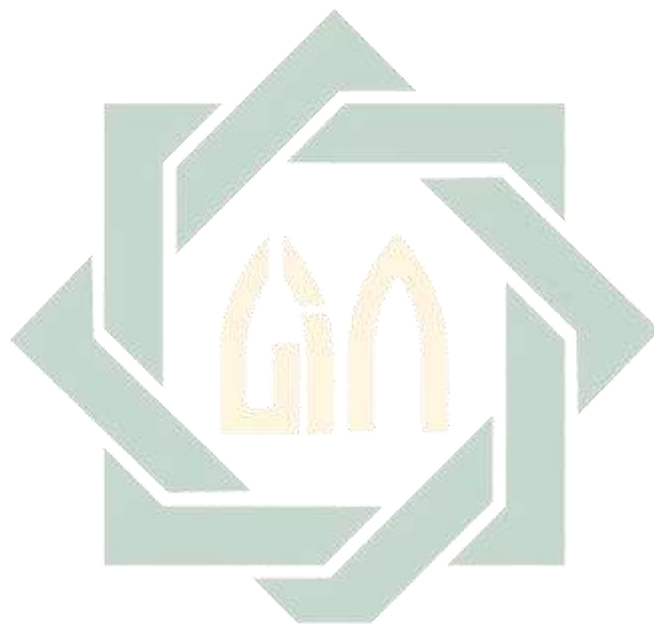
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 4.1 Daftar Menu Minuman.....	50
Tabel 4.2 Daftar Menu Makanan.....	51



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kedai Kopi Ame .....	49



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Taupasar.com. "20 Kendala Dalam Pemasaran atau Marketing". 2020. Dalam <https://www.taupasar.com/2020/04/20-kendala-dalam-pemasaran-atau.html>, diakses pada 5 Februari 2023.
- Adam, P. "Pemikiran Ekonomi Yusuf Al-Qaradhâwî." *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no 1 (2020): 81–100. <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.132>.
- Ahmad. "Manajemen Strategis." Makassar: CV Nas Media Pustaka. (2020).
- Al-Qardhawi, Y. (1995a). *Fatwa-Fatwa Kontemporer*, Terj. As'ad Yasin, Cet I. Gema Insani.
- Al-Qardhawi, Y. (1995b). *Fatwa-Fatwa Kontemporer Jilid 2*. Gema Insani.
- Al-Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Al-Qardhawi, Y. (1999). *Anatomi Masyarakat Islam*, Terj. Setiawan Budi Utomo (1 ed.). Pustaka al-Kautsar.
- Al-Qardhawi, Y. (2000). *Halal Haram dalam Islam*. PT Bina Ilmu.
- Al-Qardhawi, Y. (2008). *Hadi al-Islam Fatawa Mu'asirah*, (Terjemahan: As'ad Yasin), Jilid 2, Cet. 5. Gema Insani Press.
- Ambarwati, D. "Etika Bisnis Yusuf Al-Qaradhâwî." *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 1, no 1 (2013).
- Amilia, S., & Novianti, A. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 5, no 1 (2016): 459–468.
- Anggito, A., & Setiawan, J. "Metodologi Penelitian Kualitatif." Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher). (2018).
- Anindya, D. A. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua Kecamatan Delitua." *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no 2 (2017).
- Aravik, H., Harun, M., & Febrianti, R. "The Urgency of Islamic Business Ethics in the Era of the Industrial Revolution 4.0." *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah* 8, no 2 (2023).

- Asnawi, N., & Fanani, M. A. "Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer." Depok: PT Rajagrafindo Persada. (2017).
- Atmoko, T. P. H. "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta." *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* 1, no 2 (2018): 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>.
- Bachri, B. S. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif". *Jurnal Teknologi Pendidikan* 10, no 1 (2010): 46–62.
- Bakhri, S., Leliya, & Purnama, L. "Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Home Industry Tahu Sari Rasa." *Al-Mustshfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 3, No. 2. (2018).
- Bank Indonesia. "Pengembangan UMKM." (2020). <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/Default.aspx>, diakses pada 23 November 2022.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Ikan Kering pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9, no 3 (2021). <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35821>.
- Budiman, & Barlian, U. C. *Manajemen Strategik* edisi 1. Bandung: CV Putrana Jaya Mandiri. (2020).
- Castillo, W. "Perkembangan Bisnis Kedai Kopi di Indonesia." (2022). <http://www.ardofset.com/perkembangan-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia/>, diakses pada 23 November 2022.
- Chrysnamurti, E. *Konsumsi Kopi Domestik Meningkat 13,9 Persen Pada 2020*. (2021). <https://foto.bisnis.com/view/20210905/1438294/konsumsi-kopi-domestik-meningkat-129-persen-pada-2020>, diakses pada 24 November 2022.
- Dayat, M. "Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan." *Jurnal Mu'allim* 1, no 2 (2019). <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>.
- Eriayanti, N. "Hukum Intervensi Pasar (*Price Fixing*) dalam Jual Beli Menurut Tinjauan Teori Maslahah (Studi Pendapat Yūsuf Al-Qaradāwī)." *Jurnal Al-Mudharabah* 2, no 2 (2020).

- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. "Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam." *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no 2 (2022).
- Fitriani, Deti, S., & Sunantri, S. "Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi." *Jurnal Studi Islam Lintas Negara (Journal of Cross-Border Islamic Studies)* 4, no 1 (2022).
- Hakim, L., & Amalia, S. T. "Implementation of The Consignment System at Lucky Jaya Mart Store: A Review of Islamic Business Ethics." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman. Universitas Muhammadiyah Surakarta* 9, no 1 (2023).
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. "Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi." Tangerang: Pascal Books. (2022).
- Hardiati, N., & Rusyana, A. Y. "Etika Bisnis Rasulullah SAW sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqashid Syariah." *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no 1 (2021).
- Harahap, I. H., Sudiarti, S., & Anggraini, T. Analisis Dampak Ikhtikar Bahan Pangan Terhadap Perekonomian Indonesia Pemikiran Yusuf Al-Qardhawi. *Jurnal Akuntansi dan Pajak* 23, no 2 (2023). <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. "Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi." Depok: Kencana. (2017).
- Ibadiyah, A., Hermawan, A., & Mukhlis, I. "Marketing Mix Strategy 7Ps for Islamic Boarding School-Based School Marketing." *IJHCESS: International Journal Of Humanities Education And Social Sciences* 2, no 1 (2022).
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks. (2004).
- Kurniawan, H. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish. (2021).
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. "Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia edisi 3." Bogor: Mitra Wacana Media. (2019).
- Mamonto, F. W., Tumbuan, W. J. F. A., & Rogi, M. H. "Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9, no 2 (2021). <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33281>.

- Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Al-Amin Islamic Store Laladon Bogor)." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no 2 (2022). <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.802>.
- Mohamad, R., & Rahim, E. "Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah." *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no 1 (2021).
- Musfar, T. F. "*Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran.*" Bandung: CV Media Sains Indonesia. (2020).
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. "Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no 3 (2020). <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Norvadewi, N. "Bisnis Dalam Pespektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)." *Al-Tijary : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no1 (2015).
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. "Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 1, no 2 (2020). <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>.
- Permatasari, W., & Khumairoh, A. N. "Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha Berdasarkan Etika Bisnis Islam." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no 2 (2022). <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v8i2.824>
- Pradita, E. H., Yuliati, N., & Atasa, D. "Implementasi Bauran Pemasaran 7P pada Cv. Citra Kreasindo di Kota Surabaya." *Jurnal Pertanian Agros* 24, no 3 (2022).
- Prawirosentono, S. "*Filosofi Baru tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management Abad 21 Studi Kasus dan Analisis (Kiat Membangun Bisnis Kompetitif Bernuansa "Market Leader")*." Jakarta: PT Bumi Aksara. (2004).
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, I. G. A. "Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar". *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 1, no 2 (2021). <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1341/829>, diakses pada 24 November 2022.

- Ramadani, D. M., & Rakhmah, S. "Pemikiran Yusuf Al-Qardhawi Mengenai Etika Ekonomi Islam." *Jurnal Dirasat* 15, no 2 (2020).
- Ramdania, W. "Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pemasaran dan Kepuasan Konsumen." *Asy-Syari'ah* 22, no 1 (2020). <https://doi.org/10.15575/as.v22i2.8259>.
- Ramdhan, M. *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara. (2021).
- Rivai, V. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. (2012).
- Sahir, S. H. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia. (2021).
- Santoso, R., Shinta, R., & Fianto, A. Y. A. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur." *Jurnal MEBIS: Manajemen dan Bisnis* 4, no 2 (2019). <https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.56>.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa." *Jurnal REP: Riset Ekonomi Pembangunan* 4, no 1 (2019): 137–146.
- Suci, R. P. *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher. (2015).
- Supranto, J. *Statistik: Teori & Aplikasi Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga. (2000).
- Surah Al-A'rāf | Qur'an Kemenag. (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/surah/7>, diakses pada 10 Februari 2023.
- Surah Al- An'ām | Qur'an Kemenag. (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/6?from=152&to=165>, diakses pada 24 Juni 2023.
- Surah Al-Baqarah | Qur'an Kemenag. (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=168&to=286>, diakses pada 18 Juni 2023.
- Surah Al-Furqān | Qur'an Kemenag. (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/surah/25/67>, diakses pada 9 Februari 2023.
- Surah Āli 'Imrān | Qur'an Kemenag. (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/surah/3/130>, diakses pada 30 November 2022.
- Surah Al-Isrā' | Qur'an Kemenag. (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/surah/17/27>, diakses pada 9 Februari 2023.



Surah Al-Muṭaffifīn | Qur'an Kemenag. (n.d).  
<https://quran.kemenag.go.id/surah/83>, diakses pada 30 November 2022.

Surah An-Nisā' | Qur'an Kemenag (n.d). <https://quran.kemenag.go.id/surah/4/29>,  
 diakses pada 13 November 2022.

Utama, I. D. "Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Bandung." *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 7, no 1 (2019).  
<https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>.

Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6, no 4 (2018). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>.

Wigati, S. "*Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam 5.0*." Surabaya: Global Aksara Pres. (2021).

Zainal, Veithzal Rivai; Djaelani, Firdaus; Basalamah, Salim; Yusran, Husna Leila; & Veithzal, A. P. "*Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah Saw*." Jakarta: PT Bumi Aksara. (2017).

Zainurossalamia, S. "*Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*." Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja. (2020).

### **Wawancara:**

Wawancara dengan Rizky Raphoksi, Manager Kedai Kopi Ame. 2023.

Wawancara dengan Yusril Nezarullah, Pelanggan Kedai Kopi Ame. 2023.

Wawancara dengan Amina Nur Hamidah, Pelanggan Kedai Kopi Ame. 2023.

Wawancara dengan Cindy, Pelanggan Kedai Kopi Ame. 2023.

Wawancara dengan Jillien Prasetyo, Pelanggan Kedai Kopi Ame. 2023.

Wawancara dengan Zaskia, Pelanggan Kedai Kopi Ame. 2023.