

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah A. (2006). *Asuransi Syariah*. Jakarta: Media Komputindo.
- Aliyah I. (2020). *Ketertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*. Dalam Terbitan Yayasan Kita Menulis.
- Amir S. (2003). *Garis-gari Besar Fikih*. Jakarta: Prenada Media.
- Ariyani dan Harjanto T. (2018). *Ekonomi Mikro Analisis dan Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit CV Budi Utama.
- Asfiati. (2020). *Redising Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Menuju Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Devisi dan Prenadamedia Group.
- Astuti M dan Amanda R.A. (2012). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbitan CV Budi Utama.
- Buchari A dan Doni J. (2007). *Manajemen Bisnis Syariah*. Jakarta: PT Pustaka Utama.
- Burhan B. (2003). *Analisi Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Desra. (2019). *Menaklukkan Pemasaran Digital Dengan Marketing 4.0*
- Donni J.P. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Perilaku Bisniskontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Forkoms Feb UGM. (2019). *Revolusi Industri 4.0*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Handayani T dan Fathoni A.M. (2012). *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta: Penerbit CV Budi Utama.
- Hubeis M & Najib M. (2008). *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Hutabarat J & Huseimi M. (2006). *Strategik di Tengah Operasional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Insawan dan Alwahidin. (2021). *Teknologi Informasi dan Piranti Keuangan*. Kendari: AA-DZ Grafika
- Irawan. (2009). *Manajemn Pemasaran Modrn*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Ismail. (2013). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana
- Johan A. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Pres.
- Kartajaya dan Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT mirza Pustaka
- Malono H. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kescil*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Meleong. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nana H.N. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Panji. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Putra N. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rahman Yulia H. (2018). *Implementasi Produksi Dalam Menghadapi Revolusi Industri, IAIN Syekh Nur Jati*.
- Rambat L dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.

- Saleh Yusuf H & Said M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Mixed*. Bandung: Alfabeta.
- Surdayono. (2017). *Manajemn Pemasaran Teori Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suryani T. (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Tambunan T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*. Bogor: PT Penerbit IPB Pres.
- Untari T.D. (2019). *Manajmen Pemasaran: Kasus Dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional*. Jawa Tengah: Penerbit CV Pena Persada Redaksi.
- Zulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Skripsi

- Indah S. (2017). *Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pedagang Kecil Dalam Prespektif Ekonomi Islam*.
- Janna Y. (2020). *Analisis Revolusi Industri 4.0 Terhadap Kewirausahaan Dalam Prespektif ekonomi Islam*. Skripsi dipublikasi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Lampung.
- Tatik S. (2018). *Pengutan Peran Perguruan Tinggi Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Era Revolusi Industri 4.0*. Universitas Islam Madura.
- Yosida Tuhfat D. (2004). *Arsitektur Strategik: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan Dalam Dunia yang Senantiasa Berubah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Yusran A. (2019). *Perubahan Sosial Pedagang Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Nagari Padang Lua Kecamatan Banuhamba Kabupaten Agam*. Skripsi dipublikasi. Institute Agama Islam Negeri Bukittinggi. Sumatera Barat.

Jurnal

- Alawi T. (2017). *Aspek Tadlis Pada Sistem Jual Beli*. Vol. 2, No. 1.
- Al-Mu'Ashira. (2020). *Pandangan Al-Qur'an dan Hdist Terhadap Etos Kerja*. Vol.17, No. 1
- Ariyani I.N Dan Nurcahyono. (2014). *Digitalisasi Pasar Tradisional, Prespektif Teori Perubahan Sosial*. Vol. 3, No. 1
- Hamdan. (2018). *Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi*. Vol. 3, No. 2
- Kalsum U dan Imran M. (2019). *Analisis Implementasi Prinsip Bisnis Ala Rasulullah Oleh Groceries Stall Di Pasar Sentral Kota Kendari*. Vol. 4, No. 2
- Muctar H. (2018). *Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah [2] Ayat 168-169*. Vol. 2, No. 2

- Muhalling R dan Sinarsih. 2021. *Dropship Dalam Praktik Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus Di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari)*. Vol. 2, No. 1
- Pramudyo A. (2014). *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta*. Vol. II, No. 1, h. 51
- Tjandrawinata. (2016). *Indutri 4.0: Revolusi Indutri Abad Ini dan Pengaruhnya*. Vol. 29, No. 1, h. 31
- Wiboso, Arifin dan Sunarti. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo)*. Vol. 29, No. 1

