

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen bisnis syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhanbatu. (2023). *Kabupaten Labuhanbatu dalam angka 2023*. BPS Kabupaten Labuhanbatu.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2021). *Syariah marketing*. Bandung: Mizan.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Data perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Tahun 2024*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Porter, M. E. (2017). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Simorangkir, R. (2025). *Analisis perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Rantau Utara dan Rantau Selatan Kabupaten Labuhanbatu*. Skripsi. Universitas Labuhanbatu.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Ali, H., Qazi, H. S., Hashmi, H. S., Yasin, T., & Abbas, M. H. (2025). Mapping the two decades of Islamic marketing research using bibliometric analysis and novel machine learning topic modeling. *Journal of Islamic Marketing*.
- Mohammad. (2025). Applying the “Halal” and “Tayyib” Norms in Marketing: Islamic Marketing (pp. 229–262). <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-3917-7.ch009>
- Mumtahaen, I. (2024). Analisis Pemasaran Syariah Dalam Produk Halal Di Indonesia. *Mashlahah*, 3(1), 9–19. <https://doi.org/10.62824/m1rjnn90>
- Nurwakhidah, A. (2019). Strategi Pemasaran Berbasis Halal dan Tayyib: Studi Kasus pada Sayed Bakery. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i2.799>
- Artharini, N. F. (2023). *Persaingan usaha yang sehat dalam perspektif hukum persaingan usaha di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Hukum dan Ekonomi*, 8(1), 45–58.

- Aulia, A. H. (2022). *Perlindungan hukum terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan usaha di Indonesia*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 6(2), 115–128.
- Hasan, A. (2024). *Marketing Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Haque, A., & Wilson, J. A. J. (2024). *Islamic marketing and ethical competitiveness of SMEs: Building consumer trust through sharia values*. Journal of Islamic Marketing, 15(2), 310–329.
- Ismail, T. (2020). *Competitive advantage of SMEs through innovation and digital marketing*. International Journal of Scientific and Technology Research, 9(3), 1305–1310.
- Rahman, F., & Zainuddin, M. (2024). *Digital marketing strategy to improve MSMEs competitiveness in the halal industry*. Journal of Islamic Marketing, 15(4), 1045–1062.
- Agama, L., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Firman. (2015). *Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif*. Makassar: Universitas Negeri Makassar Press.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurdewi. (2022). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Al Arif, M. N. R. (2023). *Manajemen pemasaran syariah*. Jakarta: Kencana.
- Al-Qaradawi, Y. (2022). *Peran nilai dan moral dalam perekonomian Islam*. Jakarta: Robbani Press.

- Fathoni, M. A., & Fasa, M. I. (2024). *Ekonomi dan bisnis Islam kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harto, B., dkk. (2024). *Manajemen pemasaran syariah*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Ibrahim, A. (2024). *Manajemen bisnis syariah*. Jakarta: Kencana.
- Karim, A. A. (2022). *Ekonomi mikro Islam* (Edisi ke-6). Depok: Rajawali Pers.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2021). *Syariah marketing*. Bandung: Mizan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Maupa, H., Muis, M., & Idris, A. (2024). *Marketing syariah: Pendekatan konsep dan teori dalam pemasaran berbasis Islam*. Makassar: Nas Media Pustaka.