

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Armstrong, K. 2015. *Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Aziz, A. 2013. *Etika Bisnis Persfektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari. 2019. *Pengantar Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Chaudhry, M.S. 2012. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Harahap, S.S. 2011. *Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat
- Hendayana, Y. 2018. *Bisnis Itu Mudah*. Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari
- Lazuardi, M.R. 2016. *Analisis Digital Marketing Terhadap User Experience Aplikasi My Indihome PT Telkom Indonesia Tbk*. Universitas Telkom.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press
- Musyid. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Soegiono, T. 2012. *Filsafat Pendidikan Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wijaya, H. H. 2019. *Analisis Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktif*. Makassar: ISBN: 978-623-90515-7-0
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.

Skripsi

- Ariansyah (2020). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Jual Beli Makanan Dengan Konsep All You Can Eat (Studi Pada Dua Rumah Makan di Bogor)* [Skripsi] Universitas Djuanda Bogor
- Astria, Y. (2019). *Analisis Produk Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Toko Rabbani Bandar Lampung)* [Skripsi] UIN Raden Intan Lampung.

- Aulia, S. M. (2016). *Tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran dalam peningkatan volume penjualan (studi di elzatta Kota Parepare)*. [Skripsi] STAIN Parepare
- Chasanah, U. (2012) *Strategi Pemasaran pada Meubel “Surya Mandiri” Desa Ketanon Tulungagung Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam*. [Skripsi] Uin Satu Tulungagung
- Farhani, F. (2022) *Analisis Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Cikurubuk Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya*. [Skripsi], Universitas Siliwangi.
- Fauziah, M. (2018). *Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus Cv Renta Jaya Desa Sawo Kec Campurdarat Kab Tulungagung)*. [Skripsi] UIN Satu Tulungagung.
- Filiana, F., Mubyarto, N., & Mutia, A. (2021). *Analisis Penerapan Promosi Menurut Ekonomi Syari'ah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai MUI (Martabak Ulama India) Di Kota Jambi*. [Skripsi] UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
- Isna, N. (2016). *Tinjauan etika bisnis Islam terhadap jual beli gabah di desa Gandukepuh kecamatan sukorejo kabupaten Ponorogo*. [Skripsi] STAIN Ponorogo
- Kusumaningrum, D. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Semarang)*. [Skripsi] Universitas Semarang
- Mukarromah, S. (2018). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko BajuSenamGrosir.com*. [Skripsi] Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Ramadhan, K. (2019). *Studi Analisis Terhadap Implementasi Nilai Ketuhanan Yang Maha Esa Dalam Pancasila Ditinjau Dari Fiqih Syisah*. [Skripsi] Uin Raden Intan Lampung.
- Rendy, F. (2018). *Pengaruh Personal Selling Dan Kemudahan Persyaratan Terhadap Kepuasan Konsumen Mengajukan Kredit di Koperasi Primkopabri Magetan*. [Skripsi] Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Supandi. (2020) *Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Dan Strategi Pemasaran Umkm Adila Snack Kota Jambi*. [Skripsi] Universitas Islam Negeri Thaha Saifuddin Jambi.
- Tahir, A. (2013) *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. [Skripsi] Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Jurnal

- Ariyadi, A. (2018). *Bisnis Dalam Islam*. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 5(1), 13-26.

- Assifa, S. N., Suprihatin, T., & Eprianti, N. (2020). Tinjauan Prinsip Etika Bisnis Islam pada Strategi Pemasaran di Restoran Royal Kashimura Bandung. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 205-208.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Humani (Hukum dan Masyarakat Madani)*, 10(1), 83-96.
- Baidowi, A. (2016). Etika bisnis perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam*.
- Bakhri, S., & Purnama, L. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran Home Industri Tahu Sari Rasa. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 284-299.
- Elfariani, I. (2021). Prasangka dan Suudzon: Sebuah Analisa Komparatif Dari Perspektif Psikologi Barat dan Psikologi Islam. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 2(1), 1-4.
- Hafidz, A. M. (2012). Etika Bisnis Al-Ghazali Dan Adam Smith Dalam Perspektif Ilmu Bisnis Dan Ekonomi. *Jurnal Penelitian*, 9(1).
- Hasan, D. B. N. (2014). Syariah Marketing. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2).
- Kurniawan, S. (2018). Pendidikan Karakter Dalam Islam Pemikiran Al-Ghazali tentang Pendidikan Karakter Anak Berbasis Akhlaq al-Karimah. *Tadrib*, 3(2), 197-216.
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam. *Jurnal At-Tasyri'iy* Vol 2, No.
- Masruroh, N. (2015). Larangan Ihtikar di Indonesia (Kajian Tentang Efektifitas UU Anti Monopoli di Indonesia). *Interest*, 13(1).
- Mulyawisdawati, R. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Warna Yogyakarta. *Ijtihad: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 13(2), 146-167.
- Mutmainah, I. (2021). Etika Ekonomi Islam dalam Surat An-Nahl: 90. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*
- Muzaiyin, A. M. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri). *Qawānin*, 2(1), 288-308.
- Nawatmi, S. (2010). Etika bisnis dalam perspektif Islam. *Jurnal: Fokus Ekonomi*, 9(1), 244-252.
- Norvadewi, N. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif). *Al-Tijary*, 33-46.
- Nur, E. R. (2015). Riba Dan Gharar: Suatu Tinjauan Hukum Dan Etika Dalam Transaksi Bisnis Modern. *Al-Adalah*, 12(1), 647-662.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak*, 4(1), 73-86.

- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Rahmawati, R. (2017). Etika Bisnis Islam pada Pedagang Makanan. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, 1(1).
- Ratnawati, A. Y., & Susena, E. (2017). Analisis Manajemen Pemasaran Batik Di Kampoeng Batik Laweyan Surakarta. *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*, 3, 2442– 7942
- Rofi'ah, K. (2014). Urgensi etika di dalam sistem bisnis Islam. *Justicia Islamica*, 11(2).
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Usniah, S., & Alhifni, A. (2017). Karakteristik Entrepreneur Syariah pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Bogor. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 372-390.
- Yunia, N. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menjalankan Usaha Kecil. *Aksioma Al-Musaqoh: Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 1(1).

Website

- Abdurrahman. QS Ali Imran ayat 130. Dalam <https://tafsirweb.com/1262-suratali-imran-ayat-130.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Abdurrahman. QS An-Nahl ayat 90. Dalam <https://tafsirweb.com/4438-surat-annah-ayat-90.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Abdurrahman. QS An-Nisa ayat 29. Dalam <https://tafsirweb.com/1561-surat-annisa-ayat-29.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Al-Jazairi. QS Al Baqarah ayat 278. Dalam <https://tafsirweb.com/1044-surat-albaqarah-ayat-278.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Az-Zuhaili, Wahbah. QS Al-Muddassir ayat 38. Dalam <https://tafsirweb.com/11574-surat-al-muddatstsir-ayat-38.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Hadidi, Marwan. QS Al Maidah ayat 8. Dalam <https://tafsirweb.com/1892-suratal-maidah-ayat-8.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Hafidz, Imad Zuhair. QS Al-Maidah ayat 2. Dalam <https://tafsirweb.com/1886surat-al-maidah-ayat-2.html> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- <http://kumkm.kotabogor.go.id/new/page.php?buka=umkm> (Diakses pada tanggal 13 Maret 2022) <https://www.bacaanmadani.com/2018/01/ayat-al-quran-dan-hadits-tentang.html> (diakses pada tanggal 3 Juni 2022)

- Opopjatim (2020). Dalam <https://opop.jatimprov.go.id/detail/114/batasanmengambil-keuntungan-dalam-islam> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Shalih. Tafsir Al Maidah ayat 8. Dalam <https://tafsirweb.com/> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Shihab, Quraish. QS Al Mulk ayat 15. dalam <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-almulk-ayat-15-berkelanalah-hingga-sadar-kefanaan-dunia-dankekekalan-allah/> (diakses pada tanggal 2 Juni 2022)

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Pelaku Usaha

PEDOMAN WAWANCARA

I. Data Peneliti

Peneliti : Aulia Yasmin Syah

NIM : F. 1910576

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk UMKM (Studi Pelaku Usaha UMKM Weekend Snack di Kelurahan Muarasari)

II. Data Responden

Nama : Desi Cahyati

Status : Pemilik Usaha Weekend Snack

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Produk

- a) Apa saja produk yang anda jual?
- b) Bagaimana cara anda menentukan produk yang akan dijual? (Contoh: kualitas, desain, brand, variasi)
- c) Bagaimana kualitas produk yang anda jual?
- d) Bagaimana tingkat daya tahan produk yang anda jual?
- e) Apa yang anda lakukan jika produk yang anda jual memiliki cacat?
- f) Apa anda memperhatikan faktor kehalalan pada produknya?
- g) Apa saja faktor yang mempengaruhi kekuatan Weekend Snack dibandingkan dengan pesaing?

2. Harga

- a) Bagaimana cara menentukan harga produk yang akan dijual?
- b) Bagaimana sistem pembayaran yang dipakai untuk pembelian?
- c) Jika ada yang berhutang, bagaimana cara anda menyikapi hal tersebut? Apakah anda menggunakan sistem bunga untuk pelunasannya?
- d) Bagaimana cara anda menentukan diskon?

3. Tempat/Distribusi

- a) Bagaimana cara menentukan lokasi toko usaha anda?
- b) Apakah Weekend Snack membuka mitra *re-seller*?
- c) Apa saja alat transportasi yang digunakan untuk pengiriman barang?
- d) Apakah pernah ada complain yang dilakukan oleh konsumen? Jika ada apa saja complain yang banyak diterima?
- e) Siapa yang bertanggungjawab bila ada complain dari konsumen?
- f) Bagaimana cara anda menanggapi komplain tersebut?
- g) Apa yang anda lakukan jika ada barang yang dikembalikan?

h) Jika ada produk yang tidak laku terjual bagaimana cara anda menyikapinya?

h) Bagaimana anda menentukan jumlah persediaan produk?

4. Promosi

a) Dengan cara bagaimana saja dan media apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan produk anda?

b) Bagaimanakah cara meyakinkan konsumen untuk memilih produk yang dihasilkan di bandingkan produk orang lain yang sejenis di lingkungan tersebut?

c) Bagaimanakah cara pengusaha mempertahankan kepercayaan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang pernah membeli produk yang dihasilkan?

Lampiran 2. Pedoman Wawancara Pembeli

PEDOMAN WAWANCARA

I. Data Peneliti

Peneliti : Aulia Yasmin Syah

NIM : F. 1910576

Judul Skripsi : Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk UMKM (Studi Pelaku Usaha UMKM Weekend Snack di Kelurahan Muarasari)

II. Data Responden

Nama :

Status : Pembeli

Daftar Pertanyaan Wawancara A. Bauran Pemasaran

1. Produk

- a) Anda lebih memilih belanja di weekend snack dengan harga murah atau di warung warung terdekat dengan harga normal? Dan mengapa anda memilih itu?
- b) Apakah anda merasa produk yang di sediakan sudah sesuai dengan kebutuhan anda?
- c) Apakah produk yang anda peroleh sudah dapat memuaskan keinginan anda akan produk tersebut?

2. Harga

- a) Apakah menurut anda harga yang ditetapkan pengusaha telah sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat?
- b) Dari harga yang ditetapkan pengusaha, menurut anda apakah perusahaan telah mendapatkan margin yang layak?

3. Tempat/Distribusi

- a) Apakah produk yang anda terima sudah sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh pengusaha?
- b) Apakah produk yang anda terima utuh dan cukup sesuai pesanan?
- c) Apakah pengusaha memberikan pelayanan yang baik kepada anda sebagai konsumennya?
- d) Apakah anda mendapatkan pelayanan yang cepat dan tepat?

4. Promosi

- a) Apakah perusahaan telah melakukan promosi pada anda sehingga anda memutuskan untuk membeli produk dari pengusaha tersebut?
- b) Apakah anda mendapatkan informasi yang cukup tentang kualifikasi dan kegunaan barang yang di produksi oleh pengusaha dalam promosinya?

- c) Apakah informasi yang anda peroleh mengenai spesifikasi produk telah sesuai dengan fakta produk yang anda terima?

Lampiran 3. Jawaban Wawancara Dengan Pemilik Weekend Snack

Variabel	Pertanyaan	Jawaban Pemilik Usaha Weekend Snack	Nilai
Produk (Product)	Apa saja produk yang anda jual?	<i>“Produk yang dijual seperti Frozen food, cemilan-cemilan, sembako, kita menjual harga dibawah pasar dan juga jual buah buahan”</i>	Cukup
	Bagaimana cara anda menentukan produk yang akan dijual? (Contoh: kualitas, desain, brand, variasi)	<i>“Dulu bukan Weekend Snack doang, pertama ada Weekend Shop seperti jual tas Batam, langsung dari Batam yang sisa sisa Import, habis itu merangkah ke Online Shop seperti baju. Dan kenapa sekarang Weekend Snack, karena kebutuhan lebih cepat terjual dari pada baju ataupun tas”</i>	
	Bagaimana kualitas produk yang anda jual?	<i>“Jadi aku jual barang reject dari Indomart atau pabrikpabrik, kaya reject sedikit. Reject-nya ga parah, Di Supermarket kan mulus ya, tapi harga lumayan,”</i>	
	Bagaimana tingkat daya tahan produk yang anda jual?	<i>“Tingkat daya tahannya lebih cepat tanggalnya, itu alasannya kenapa produk disini bisa murah, karena harga menentukan kualitas. Kaya misalnya susu expired-nya 3-5 bulan lagi gitu, dan seperti ini contohnya ini susu masih 2023 expired-nya, cuma hanya ada lecet-nya aja sedikit aku jual 10 ribu, di yang lain 13 ribu. Padahal kualitas dalamnya masih sama cuma hanya packagingnya saja yang rusak sedikit”</i>	
	Apa yang anda lakukan jika produk yang anda	<i>“Jika ada produk cacat, kita tidak lupa mengkomunikasikan kekurangan produknya, agar</i>	

	<p>jual memiliki cacat?</p> <p>Apa anda memperhatikan faktor kehalalan pada produknya?</p>	<p><i>tidak mengecewakan konsumen</i></p> <p><i>"Iya, kita hanya menjual produk yang halal saja"</i></p>	
	<p>Apa saja faktor yang mempengaruhi kekuatan Weekend Snack dibandingkan dengan pesaing?</p>	<p><i>"Produk yang dijual disini harganya lebih murah dibandingkan dengan penjual lain. Penjualannya juga online dan offline sehingga pasarnya lebih luas"</i></p>	
<p>Harga (Price)</p>	<p>Bagaimana cara menentukan harga produk yang akan dijual?</p>	<p><i>"Karena aku ga ambil untung banyak, misal aku ambil untung 3 ribu, kalau hanya 3 ribu, berarti aku harus targetin penjualan sehari harus berapa. Aku ga ambil untung banyak, karena prinsip aku lebih baik produk kejual banyak dan laku dari pada mahal tapi kejual cuma sedikit. Harga jualnya ditentukan dari kualitas produknya"</i></p>	<p>Ideal</p>
	<p>Bagaimana sistem pembayaran yang dipakai untuk pembelian?</p>	<p><i>"Pembayaran melalui tunai dan transfer"</i></p>	
	<p>Jika ada yang berhutang, bagaimana cara anda menyikapi hal tersebut? Apakah anda menggunakan sistem bunga untuk pelunasannya?</p>	<p><i>"Jika ada yang berhutang, hutang tersebut dibayar dengan tunai, dan tidak ada ribanya"</i></p>	

	<p>Bagaimana cara anda menentukan diskon?</p>	<p><i>“Aku punya prinsip “Man jada wa jada”, misalkan sekarang aku ada produk baru, aku mikir</i></p>	
		<p><i>gimana ya cara produk itu bisa tembus target. Aku gapapa untung ga banyak asal lancar. Cara nentuin diskonnya tuh misalkan kita 10 ribuin dulu terus bilang harga aslinya tuh 12 ribu, nah kenapa aku ga ngambil untung banyak, karena kalau banyak yang pesan, disananya juga pasti dapat diskon. Jadi aku harus punya target, misal hari ini harus 20, nah berarti harus segitu. Dan biasanya setiap hari Jum'at kita mengadakan promosi”</i></p>	
<p>Tempat/ Distribusi (Place)</p>	<p>Bagaimana cara menentukan lokasi toko usaha anda?</p>	<p><i>“Target pasarnya ibu-ibu, jadi menurut aku disini udah sesuai. Tapi untuk akses jalan raya ini jauh, kadang Go-jek suka nolak untuk nganter pesanan ke pelanggan karena jauh akses”</i></p>	<p>Cukup</p>
	<p>Apakah Weekend Snack membuka mitra re-seller?</p>	<p><i>“Iya, buka juga. Lumayan banyak yang sudah menjadi reseller, sekitar kurang lebih 10 reseller”</i></p>	
	<p>Apa saja alat transportasi yang digunakan untuk pengiriman barang?</p>	<p><i>“Kita menggunakan Go-send, JNE, dan menggunakan sistem COD kalau jaraknya dekat gratis, dan kalau jaraknya jauh ongkirnya paling tambah 5000”</i></p>	
	<p>Apakah pernah ada complain yang dilakukan oleh konsumen? Jika ada apa saja complain yang banyak diterima?</p>	<p><i>“Pernah, complain yang paling sering karena penyok, tapi kan kita sudah komunikasikan, jadi, gapapa, begitu”</i></p>	

Siapa yang bertanggungjawab bila ada komplain dari konsumen?	<i>“Saya selaku pemilik usahanya wajib bertanggungjawab”</i>
--	--

Bagaimana cara anda menanggapi komplain tersebut?	<i>“Jika ada komplain ditanggapi dengan sebaik mungkin, menerima keluhan konsemennya, dan mencari solusi yang terbaik kira-kira apa, Sedangkan kalau terjadi pembatalan pemesanan secara tiba-tiba kita akan terima dan tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli”</i>
Apa yang anda lakukan jika ada barang yang dikembalikan?	<i>“Aku terima, dibalikin barangnya terus dan aku ganti uang. Aku udah sampai ngorbanin segitunya untuk konsumen biar ga kecewa sama kita”</i>
Jika ada produk yang tidak laku terjual bagaimana cara anda menyikapinya?	<i>“Kalau expired-nya deket lagi pasti di obral sekalipun ga dapat untung asal balik modal kalau masih ga kejual, masih bisa dikasih dikasih aja sedekah soalnya mubazir. Kalau yang butuh makanan pasti seneng dikasih”</i>
Bagaimana anda menentukan jumlah persediaan produk?	<i>“Untuk stocknya aku nentuinnya gimana hasil dari penjualan per hari atau perminggu aja. Jadi banyaknya stock tergantung banyaknya penjualan hari ini. Karena sekarang lebih banyak kebutuhan yang dikeluarkan, usahanya sekarang lagi aga kosong dulu karena sedang terbatasnya modal. Karena aku ga mau pinjam ke rentenir, karena pasti ada riba kalau direntenir”</i>

<p>Promosi (Promosi)</p>	<p>Dengan cara bagaimana saja dan media apa saja yang anda gunakan dalam mempromosikan produk anda?</p>	<p><i>“Media promosi yang dipakai Whatsapp, dulu aku suka di facebook, Instagram, sekarang paling WA, Tokopedia. Oh iya, karena biasanya karena dari mulut kemulut Orang-orang sini juga kenal aku dari jualan aku</i></p>	<p>Cukup</p>
		<p><i>yang murah-murah. Karena promosi bagian yang paling penting, aku melakukan promosi produk dan kenalin produknya setiap hari. Untuk promo diskon dan pembagian sedekah, aku lakuin di hari Jum’at, Namanya Jum’at berkah. Kadang juga aku lakuin kegiatan obral di toko, untuk ngabisin stok barang yang ga kejual”</i></p>	
	<p>Bagaimanakah cara meyakinkan konsumen untuk memilih produk yang dihasilkan di bandingkan produk orang lain yang sejenis di lingkungan tersebut?</p>	<p><i>“Karena aku terkenal gacor dan banyak diskon promo gitu, dan yang sering ditanya konsumen itu Expired-nya berapa lama, kita ga maksa orang buat membeli produk dikita”</i></p>	
	<p>Bagaimanakah cara pengusaha mempertahankan kepercayaan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang pernah membeli produk yang dihasilkan?</p>	<p><i>“Untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen dilihat dari gimana kita melayani konsumen kuat dengan komplainan senyum, ajak bercanda dan anggap mereka kerabat karena kita saling membutuhkan, mereka butuh kita kita butuh mereka”</i></p>	

Lampiran 4. Dokumentasi Lapangan

1. Wawancara Pemilik dan Pembeli Weekend Snack

