

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Asqolani, I. (1989). *Bulughul Maram Panduan Lengkap Masalah-masalah Fiqih, Akhlak, dan Keutamaan Amal*. Beirut: Dar- Al-Fikr.
- Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B., & Donni. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- al-Syeikh, A. b. (1004). *Tafsir Inbu Katsir*. Bogor: Pustaka Imam Syafii.
- Arikunto, S. (1991). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rieneka Ciptaa.
- Assauri, S. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Bukhori, A. I. (2015). *Hadits*.
- Dermawan, Wawan. *Kupas Hebatnya Ir. Sholah Athiyah, 11 Oktober 2021 melalui https://wakafsalman.or.id/news/kupas_hebatnya_ir_sholah_athiyah* (Diakses 30 Mei 2022 Pukul 10.35)
- Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan consumer decision model. *urnal Ekonomi Perusahaan*, 11(1), 35-55.
- Fahmi, Irham. (2013). *Kewirausahaan: Teori, Kasus dan Solusi*, Bandung: Alfabeta
- Fred R., dan David (2006). *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
- Harahap, I. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, I. (2004). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, M. (2016). *Berbagai macam Transaksi Dalam Islam*. Bandung: Raja Grafindo.
- Ilmi, M. (2002). *Teori Dan Praktek Mikro Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press.
- Irwan, M. (2016). *Bisnis dan Investasi Dalam Islam*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Kementerian Agama, R. (n.d.). *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lanniza, I., & Anggraini, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 37-46.
- Lubis, S., & Wajadi, F. (2015). *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.

- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manjta, W. (2005). *Wtografi:Desain Penelitian Kualitatif Dan Manajemen Pendidikan*. Malang: Wineka Media.
- Mansur, Y. (2008). *Business Wisdom of Muhammad SAW: Kedahsyatan Bisnis Ala Nabi SAW*. Bandung: Karya Kita.
- Mardalis. (1995). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Meldarianda. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resotr Cafe Atmosphere. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 7(6). 307-315.
- Syahfindra, Mhd dan Tuti Anggraini, *Analisis Kinerja Agen dalam Strategi, Segmentasi dan Target Pemasaraan Dalam Melakukan Penjualan Pada PT Asuransi Umum Bumiputera Muda Medan*. *Jurnal Multiscience Vol.2 No.2 Mei 2021*
- Moleong, L. (2002). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya.
- Muis, F. (2016). *Dikejar Rezeki Dari Sedekah*. Taqiyah Publishing.
- Muslich, A. (2010). *Fikih Muamalah Amzah*. Jakarta.
- Irdayanti, Nadila dan Rahmi Syahriza. (2022). *Manajemen Marketing Asuransi Syariah Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Pada PT Prudential Komplek Merbau Mas*, *Jurnal Manajemen Akuntansi Vol.2 No.1*
- Nafadila dan Rahmi Syahriza. (2022). *Peran Pelayanan dan Produk Bagi Minat Masyarakat dalam Mengakses Asuransi Termlife di Organisasi Sunlife Cabang Kapten Jumhana*. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik, Vol 2 No.3*
- Nasional, D. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Nugraha, B. (2013). Persepsi terhadap Store Atmosphere dengan minat beli konsumen di Hypermarket. *Jurnal Psikologi*, 1(2),515-528.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Patty, R. (2014). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Grifabell. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2).
- Philip, K., & Lane, K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rangkuti, Freddy. (2003). *Analisis SWOT Teknik membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Retnowati, W. (2007). *Hapus Gelisah dengan Sedekah*. Jakarta: Qultum Media.

- Richmoslem. (2012). *Rasulullah Business School*. Jakarta: Santri Ikhwanur Rasul.
- Rubianti, R. (2014). Minat Membeli Di Media Online Ditinjau Dari Tipe Kepribadian. *Jurnal Online Psikologi*, 2(1),1-9.
- Sabiq, S. (1997). *Alih Bahasa Oleh, Kamaluddin A. Marzuki, Fikih Sunnah, Alma 'ri*. Bandung: Kalam Mulia.
- Sadikin. (2005). *Tips dan Trik Meningkatkan Efisiensi, Produktifitas, dan Perkembangan usaha*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saiman, L. (2015). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shodiq, A. (2018). Influence Of Design, Information Quality And Customer Servises Websittes On Customer Satisfaction. 1(12), 746-750.
- Sudiarti, S. (2018). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UINSU Press.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutraningsih, Deri, Pemilik Toko Sedekah Online, *Wawancara Pribadi*, Medan 28 Mei 2022 Pukul 20.00 WIB
- Syafei, R. (2001). *Fiqh Muamalah, Cet. Ke-4*. Bandung: Pustaka Setia.
- Taringan, A. (2019). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SUN Press.
- Thobroni, M. (2007). *Mukjizat Sedekah*. Yogyakarta: Pustaka Marwa.
- Turban, E., Lee, D., & Viehland, D. (2004). *Electric Commerce: A managerial perspective*. New Jersey: Pearson Prenticile Hall.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management In Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zuriah, N. (2002). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 1
Tabulasi Jawaban Responden untuk Rating Pada Matriks IFAS

Strengths (Kekuatan)

No	Deskripsi	Responden						Rata-rata
		1	2	3	4	5	6	
S1	Memiliki konsep belanja sambil bersedekah	4	4	3	4	4	3	4
S2	Menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan konsumen	3	3	3	3	4	2	3
S3	Kemudahan konsumen dengan pesan online dan antar	4	3	2	2	4	3	3

Weakness (Kelemahan)

No	Deskripsi	Responden						Rata-rata
		1	2	3	4	5	6	
W1	Lokasi yang tidak strategis	3	2	2	3	3	3	2
W2	Harga yang bersaing dengan toko yang sejenis	1	2	2	2	2	2	2
W3	Kurang Promosi	2	2	2	2	2	2	2

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 2
 Tabulasi Jawaban Responden untuk Rating Pada Matriks EFAS

Oppurtunity (Peluang)

No.	Deskripsi	Responden						Rata
		1	2	3	4	5	6	-rata
O1	Mengembangkan usaha ke lokasi yang lebih strategis	3	4	3	3	3	3	3
O2	Kesempatan pemasaran	2	2	3	2	2	2	2
O3	Menjalin hubungan yang baik dengan distributor	3	2	4	4	3	2	3

Threat (Ancaman)

No.	Deskripsi	Responden						Rata
		1	2	3	4	5	6	-rata
T1	Adanya saingan yang meniru konsep Toko Sedekah Online	3	2	3	2	2	2	2
T2	Konsumen yang tidak konsisten berbelanja di Toko Sedekah Online	2	1	1	1	1	1	2
T3	Teknologi yang terus berkembang	2	1	1	1	2	1	1

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 3
Daftar Pertanyaan Wawancara Toko Sedekah Online

1. Sejarah awal membuka Toko Sedekah Online?
2. Sudah berapa lama Toko Sedekah Online berjalan?
3. Bagaimana struktur organisasi Toko Sedekah Online?
4. Bagaimana visi dan misi Toko Sedekah Online?
5. Bagaimana konsep Toko Sedekah Online?
6. Bagaimana riset pasar Toko Sedekah Online.
7. Berapa modal awal untuk membuka Toko Sedekah Online?
8. Berapa banyak omset perbulan?
9. Kemana saja sedekah diberikan dan dalam bentuk apa?
10. Bagaimana bisnis berjalan dan masalah apa yang muncul? Dan bagaimana mengatasinya.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

No.	Indikator KELEMAHAN	Penilaian			
		1	2	3	4
1.	Lokasi yang tidak strategis				
2.	Harga yang bersaing dengan toko lainnya				
3.	Kurang Promosi				

EKSTERNAL

No.	Indikator PELUANG	Penilaian			
		1	2	3	4
1.	Mengembangkan usaha ke lokasi yang lebih strategis				
2.	Kesempatan pemasaran				
3.	Hubungan yang baik dengan distributor				

No.	Indikator ANCAMAN	Penilaian			
		1	2	3	4
1.	Munculnya saingan yang meniru konsep Toko Sedekah Online				
2.	Konsumen yang tidak konsisten berbelanja di Toko Sedekah Online				
3.	Teknologi yang terus berkembang				

Lampiran 5
Dokumentasi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fatwa Nasya Al Hadi
NIM : 0501182091
Tempat/Tanggal Lahir : Pematangsiantar, 20 Desember 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 Tahun
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Tahun Masuk : 2018
IPK : 3,73
Alamat : Jl. Ade Irma Suryani No. 54 Pematangsiantar
Nomor HP : 082272313065
Alamat E-mail : achaaalhadi2012@gmail.com
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Belanja (Studi Kasus Toko Sedekah Online, Jl. Jawa Kota Pematangsiantar)
Nama Dosen Pembimbing
- Pembimbing I : Dr. Tuti Angraini, M.A
- Pembimbing II : Rahmi Syahriza, M.A
Latar Belakang Pendidikan
- SD/MI : SD Sw. Yayasan Perguruan Keluarga Pematangsiantar
- SMP/MTS : SMP Negeri 4 Pematangsiantar
- SMA/MA : SMA Negeri 2 Pematangsiantar