

## DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, N. H. (2013). *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.

Adzwin, & Anggadwita, G. (2016). Analisis Pengembangan Produk Baru Berbasis Teknologi Pada Rintisan Usaha Wallts (Start-Up). *e-proceeding of management Vol. 3 No.3* , 2735.

Agustina, F., & Kamalia, N. L. (2012). Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan vol. 1 No. 2* , 105-112.

Alkurni, W., & Zuliarni, S. (2014). Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Pada MM. Cake & Bakery Pekanbaru). *Jom FISIP* , Vol. 1 No.2.

Alma, P. D. (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung: ALFABETA.

Asy'ari Ulama'i, A. H. (2019). Halal Lifestyle di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah* , Volume 05, Nomor 02.

Ato'Illah, M. (2015). Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk. *Jurnal WIGA* .

Chourmain, I. (2008). *Acuan Normatif Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan disertasi*. Jakarta: Al-Haramain Publishing House.

Dr. Taufiqurokhman, S. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Pusat.

Drs. Muslich, M. (2007). *Bisnis Syari'ah Perspektif Mu'amalah dan Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.

Ginting, R. (2010). *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Gurindawangsa, S. A., Topowijono, & Supriono. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Produk Agrowisata (Studi Pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 51 No. 2* .

Kamiruddin. (2014). Analisis Pengembangan Produk Industri kecil Sebagai Strategi Menghadapi Persaingan Bisnis (Kasus Industri Kerajinan Rotan, Rumbai, Pekanbaru). *Jurnal Aplikasi Bisnis* , Vol. 4 No. 2.

Kotler, & Killer. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kurniawan, M., & Haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri* , Vol. 6 No.2 97-102.

Machfoedz, M. (2007). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Maulana, H., & Suhartini. (2018). Pengembangan Produk Meja Sablon Semi Otomatis Dengan Menggunakan Metode QFD. *Tecnoscienza* .

Niqris, C., & Hidayat, R. (2017). STRATEGI BISNIS PADA SABLON BAJU BEATMAP DI WARU SIDOARJO. *Jurnal Bisnis Indonesia* , Vol 8 No. 1.

Nuraini. (2015). *Fesyen Muslim Indonesia*. Jakarta: Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi april.

Purnomo, B., & Raditya, B. (2017). Pengembangan Produk dan Inovasi Produk Pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi Pada PT. Penguji Luhur Utama). *Jurnal Maksipreneur Vol. VI, No.2* , 27-35.

Purwanto. (2006). *New Business Administrasion* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Putri, I. M., & Kharnolis, M. (2017). Karakteristik Produk Busana Muslim Yang Diminati Konsumen Di Sakinah Bordir. *e-Journal Vol. 06 No. 01* , 1-14.

Qardhawi, Y. (2001). *Peran dan Nilai Moral dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Robbani Press.

Rini, E. S. (2013). Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ekonom Vol. 16 No. 1* , 31-32.

Saleh, C. (2008). *METODE PENELITIAN : sebuah petunjuk praktis*. Yogyakarta: CV. Jaya Abadi.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan* . Bandung: ALFABETA.

Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sukendro, G., Destiarman, A. H., & Kahdar, K. (2016). Nilai Fetisisme Komoditas Gaya Hijab (Kerudung dan Jilbab dalam Busana Muslimah. *Jurnal Sosioteknologi* .

Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2006). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.

Suryana. (2003). *KEWIRAUSAHAAN Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat (PT. Salemba Emban Patria).

Widyarini. (2014). Faktor Pengaruh Kepuasan Konsumen Busana Muslimah Di Online Shop.

Wijaya, W. S., & Mustamu, R. H. (2013). Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya. *AGORA* , Vol. 1 No. 1.

Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segemnatsi, Targeting, dan Postioning serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang. *Jurnal STIE Semarang* .

