

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Abidin, Zainal. *Filsafat Manusia: Memahami Manusia Melalui Filsafat.* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

Adesy, Fordeby. *Ekonomi dan Bisnis Islam; Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam.* Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016.

Adrian, Payne. *The Essence of Service Marketing.* Yogyakarta: Andi Offset, 1993.

Aedy, Hasan. *Etika Bisnis Islam.* Bandung: Alfabeta, 2011.

Alma, Bukhor. *Manajemen dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta, 2006.

Alma, Buchari dan Donny Juni Priansah. *Manajemen Bisnis Syariah.* Bandung: Alfabeta, 2016.

Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonometrika Mikrom Islam,* Yogyakarta: Ekonisia Kampus Feuii, 2003.

Anwar, Dessy. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia.* Surabaya: Amelia, 2003.

Arif, M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah.* Bandung, 2010.

Arikunto, Suharismi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2010.

Aryani, Dwi Septa. *Ekonomi Syariah: Dengan Pendekatan Hasil Penelitian.* Cirebon: Nusa Litera Inspirasi, 2019.

Astuti, An Ras Try. *Analisis Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.* Skripsi. Universitas Hasanuddin. 2012.

Astuti, An Ras Try. *Ekonomi Berkeadilan (Konsep Distribusi Ekonomi Islam Perspektif Muhammad Baqir Al-Sadr).* Parepare: Nusantara Press, 2019.

Astuti, An Ras Try. *Manajemen Organisasi (Teori dan Kasus).* Parepare: Nusantara Press, 2019.

Astuti, An Ras Try dan Andi Faisal. "Konsep Hak Milik Dalam Ekonomi Islam" Mu'amalat: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah. 9. (2017).

Astuti, An Ras Try, dkk. "Tantangan Parenting dalam Mewujudkan Moderasi Islam Anak". Jurnal Al-Maiyyah. 11. 2. (2018).

Astuti, An Ras Try dan Rukiah. "Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis". Jurnal Pendidikan Sosial. 1.2 (2019).

Astuti, An Ras Try dan Sitti Jamilah Amin. "Pemberdayaan Perempuan Nelayan Bale Bungo (*Oxyeleotriks Marmorata*) sebagai Upaya Pengembangan Usaha Produk Oleh-Oleh Khas Wajo". Jurnal Pemikiran Agama dan Pemberdayaan. 20. 2. (2020).

Asyauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep dan Strategi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.

Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Islam.* Yogyakarta: Ekonisia, 2004.

Bagus, Lorens. *Kamus Filsafat.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Cannon, Joseph P., William D. Perreault, Jr., dan E. Jerome McCarthy. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global.* Jakarta: Salemba Empat, 2008.

Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Fauzan, Almanshur dan Ghony Djunaidi. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.

Fauzia, Ika Yunia. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah.* Jakarta: Kencana, 2014.

Fauziyah, Antika Nur. "Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Bisnis Kecantikan Perspektif Ekonomi Islam". Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto, 2016.

- Gymnastiar, KH. Abdullah. *Merah Baning Hati dengan Manajemen Qalbu*. Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- [Htpps://adilahayufajarani.blogspot.com](https://adilahayufajarani.blogspot.com) (30 Maret 2021)
- Ismail, Muhammad dan Muhammad Karebet. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani, 2008.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.we.id/analisis.html>. (diakses pada tanggal 18 Januari 2021).
- Keraf, Sony. *Etika Bisnis: Tuntunan dan Revolusinya*. Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Konhauser, Peter, Bing Shang dan Cristian Dabija. "Application of the 4Es in Online Crowdfunding Platforms: A Comparative Perspective of Germany and China". *Journal of Risk and Financial Management*. 14. 2 (2021).
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2005.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurnia, Dewi Ayu. "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen Pacar Keling Surabaya". Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, 2020.
- Malinda, Helen. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Intan, 2017.
- Mardalis. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Maroah, Siti, dkk. *Marketing Syariah*. Surabaya: Qiara Medis, 2018.
- Marzuki, Ahmad dan Suhana. "Prinsip Amanah yang Mempengaruhi Al-Qalb dalam Kepemimpinan Pendidikan serta Dorongan Pelaksanaan Syura". <http://conference.kuis.edu.my/icorale/wpcontent/uploads/2017/10/2017-Prinsip-Amanah-Yang-Mempengaruhi-Al-Qalb-pdf> (diakses pada 09 Juli 2021).
- Maulana, Lucky Hikmat dan Eka Rahayu. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Perusahaan Jasa Pengiriman Paket Pada Pt Jne Agen 012 Citeureup Kabupaten Bogor". *Jurnal Visionida*. 5.1 (2019).
- Mawardi. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Alfa Riau, 2007.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press, 2014.
- Moleong, Lexy J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Nasution, S.. *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: PT. Tarsito, 2002.
- Nawawi, Ismail. *Islam Dan Bisnis*. Surabaya: VIV Press, 2011.
- Nor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Pearce II, John A. dan Richard B. Robinson, Jr.. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.

- Ramdan, Anton. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Bee Media Indonesia, 2013.
- Riski, Muhidin. “Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Kerajinan Songket Fikri Palembang)”. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2016.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. *Islamic Bussines And Economic Etchis*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Sacbani, Beni Ahmad dan Afifuddin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pusaka Setia, 2009.
- Santoso, Teguh. *Marketing Strategik Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*. Jakarta: Oryza, 2011.
- Sara, Muhamad Taufiq. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang Pada PT JNE Di Bandar Lampung”. Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung, 2013.
- Sari, Ciacin Putri Embun dan Eceh Trisna Ayuh. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Eksistensi Pada Transportasi Online Di Kota Bengkulu”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Muhammadiyah Bengkulu. 2020.
- Setiawaan, Ebta. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2011.
- Stanton, William J.. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1996.
- Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2014.
- Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syariah Life and General*. Jakarta: Gema Insane, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT IKPI, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014.
- Wahab, Muhammad. “Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)”. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2013.
- Waliam, Armansyah. *Upah Berkeadilan Ditinjau dari Perspektif Islam*. BISNIS. Vol. 5. No. 2. 2017.
- Wijaya, Andre Udiarta. “Strategi Pemasaran pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Jember” (Skripsi Diploma III: Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Jember. 2020).
- Wordpress. “4 Pengertian Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli”. <https://www.sepengrtahuan.co.id/2016/01/4-pengertian-strategi-pemasaran-menurut-para-ahli.html> (diakses pada tanggal 03 Maret 2021)
- Xpress, Ninja. *Ninja Van*. <https://www.ninjaxpress.co/id-id/about-us> (diakses pada tanggal 05 Maret 2021).



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : MARISSA MUCHTAR
NIM : 17.2400.061
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : STRATEGI PEMASARAN NINJA XPRESS DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI KOTA PAREPARE
ANALISIS EKONOMI ISLAM

PEDOMAN WAWANCARA

A. Bagaimana strategi pemasaran Ninja Xpress dalam mempertahankan eksistensi di Kota Parepare?

Wawancara Untuk Pihak Ninja Xpress

1. Sejak kapan Ninja Xpress mendirikan cabang di Kota Parepare?
2. Berapa jumlah pekerja Ninja Xpress cabang Kota Parepare?
3. Jenis layanan apa yang ditawarkan oleh Ninja Xpress?
4. Apakah ada strategi pemasaran khusus yang digunakan oleh Ninja Xpress?
5. Bagaimana respon masyarakat mengenai strategi tersebut?
6. Apakah lokasi kantor yang strategis merupakan indikator penting bagi Ninja Xpress cabang Kota Parepare?
7. Apakah Ninja Xpress memanfaatkan sosial media sebagai salah satu alat marketing?

8. Apakah Ninja Xpress sering memberikan promo-promo menarik kepada pelanggan?
9. Bagaimana *feedback* pelanggan setelah mendapatkan promo?
10. Bagaimana cara meyakinkan pelanggan bahwa Ninja Xpress merupakan perusahaan pengiriman barang yang terpercaya?
11. Apakah Ninja Xpress merasa eksistensinya terancam dengan adanya perusahaan pengiriman barang yang lebih dahulu?
12. Upaya apa yang dilakukan agar Ninja Xpress tetap bertahan untuk mempertahankan eksistensinya di Kota Parepare?
13. Kendala-kendala apa yang dihadapi oleh pihak Ninja Xpress selama berdiri?
14. Bagaimana cara mengatasi kendala-kendala tersebut?
15. Jika ada barang yang rusak karena kurir, apakah pihak Ninja Xpress akan bertanggungjawab?

Wawancara Untuk Pelanggan Ninja Xpress

1. Apakah anda pernah belanja *online*?
2. Dimana biasanya anda berbelanja *online*?
3. Jika anda berbelanja *online*, apakah anda tahu jasa pengiriman apa yang akan mengantarkan barang anda?
4. Bagaimana tanggapan anda setelah menggunakan jasa Ninja Xpress?
5. Apakah Ninja Xpress mengirimkan barang anda dengan cepat?
6. Apakah Ninja Xpress mengantarkan barang anda dengan selamat sampai kerumah?
7. Apakah kurir Ninja Xpress ramah pada saat memberikan paket anda?
8. Sebagai pelanggan, apakah anda kurang nyaman jika kantor cabang Ninja Xpress Parepare berada di pinggir kota?
9. Apakah anda akan menggunakan jasa Ninja Xpress kembali?
10. Apakah anda akan menyarankan ke orang disekitar anda untuk menggunakan jasa Ninja Xpress?

B. Bagaimana strategi pemasaran Ninja Xpress dalam mempertahankan eksistensi di Kota Parepare ditinjau dalam analisis ekonomi Islam?

Wawancara Untuk Pihak Ninja Xpress

1. Apakah anda percaya bahwa Allah swt. itu ada dan segala hal yang telah ditetapkannya?
2. Selama membuka cabang di Kota Parepare, apakah pernah ada pekerja yang tidak amanah dalam mengirimkan barang ke pelanggan?
3. Apakah ada pekerja yang tidak jujur mengenai pengiriman barang yang harus dihabiskan dalam sehari?
4. Sejak kapan Ninja Xpress istiqomah menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dari jasa pengiriman barang lainnya?
5. Apakah perusahaan berlaku adil terhadap pekerja?

Wawancara Untuk Pelanggan Ninja Xpress

1. Jika paket anda cacat sampai kerumah, apa yang akan anda lakukan?
2. Apakah anda akan menyalahkan kurir atau langsung datang ke kantor cabang Parepare?
3. Apakah anda akan menyalahkan kurir jika pesanan anda lambat datang sementara alamat anda tidak lengkap?
4. Apakah anda akan ke kantor jika pesanan anda tak kunjung datang karena alamat tidak lengkap?
5. Jika anda komplain, apakah pihak Ninja Xpress akan merespon dengan cepat atas keluhan tersebut?
6. Apakah pelayanan Ninja Xpress sudah sesuai dengan yang ditawarkan?
7. Apakah anda puas dengan layanan jasa pengiriman barang dari Ninja Xpress?
8. Jika anda belanja *online* dan pilihan jasa pengirman yang ada hanya JNT dan Ninja Xpress, manakah yang akan anda pilih?

9. Mengapa anda memilih jasa pengiriman tersebut?

10. Apakah ada saran untuk Ninja Xpress menjadi lebih baik kedepannya?

Parepare, 11 Juli 2021

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



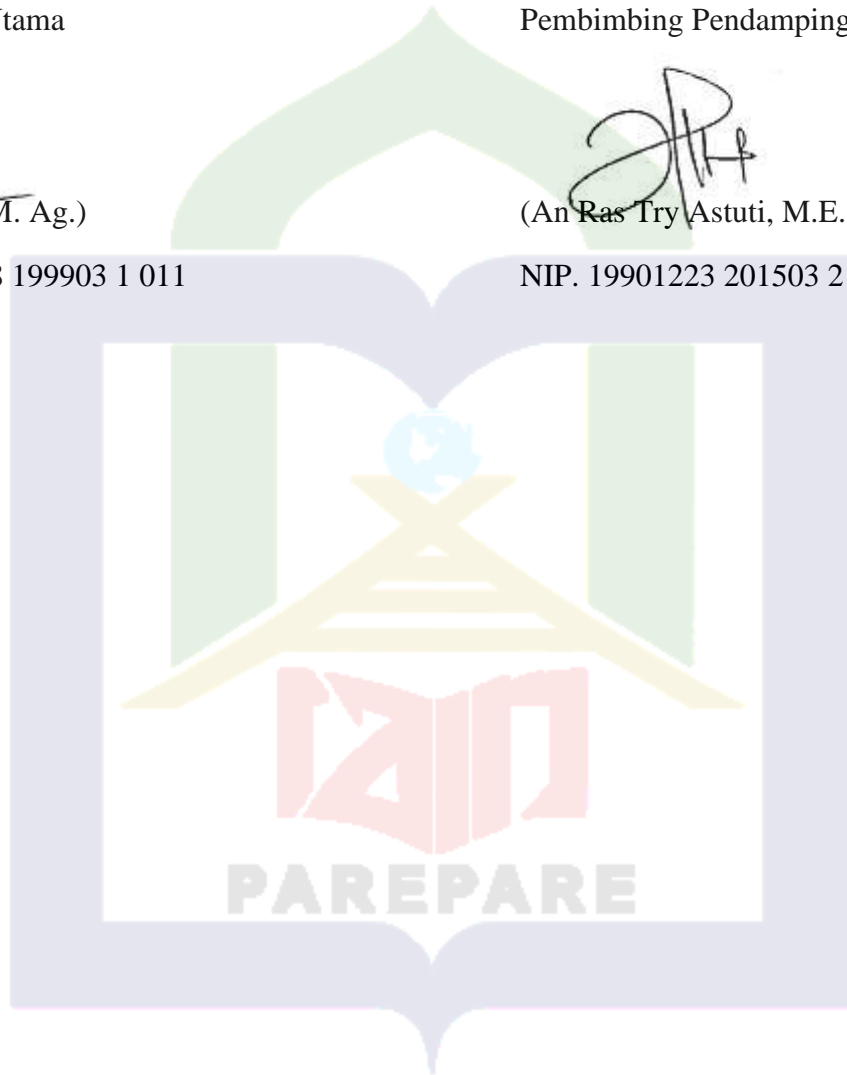
(Dr. Hannani, M. Ag.)

NIP. 19720518 199903 1 011



(An Ras Try Astuti, M.E.)

NIP. 19901223 201503 2 004



Nama: ~~Abd.~~ Halim Najamuddin
Jenis: 26 thn.
Tgl: 15 Juli 2021
Supervisor Staff

PANDUAN FORMAT WAWANCARA

Judul Penelitian: Strategi Pemasaran Ninja Xpress dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam)

Pertanyaan yang diajukan kepada Pihak Ninja Xpress:

1. Sejak kapan Ninja Xpress mendirikan cabang di Kota Parepare?
⇒ Tahun 2018.
2. Berapa jumlah pekerja Ninja Xpress cabang Kota Parepare?
⇒ 4 staff & 2 kurir rider & delivery.
3. Jenis layanan apa yang ditawarkan oleh Ninja Xpress?
⇒ Sameday & Sunday.
4. Apakah ada strategi pemasaran khusus yang digunakan oleh Ninja Xpress?
⇒ Layanan Xpress
5. Bagaimana respon masyarakat mengenai strategi tersebut?
⇒ Sejalan ini respon masyarakat bagus. Kewali ada barang yg tdk pernah maka masyarakat bisa marah ke pihak Ninja padahal itu bukan salah penyalahin jura.
6. Apakah lokasi kantor yang strategis merupakan indikator penting bagi Ninja Xpress cabang Kota Parepare?
⇒ Penting. Karena banyak masyarakat yg menjeluh karena lokasi jauh dari kota.
7. Apakah Ninja Xpress memanfaatkan sosial media sebagai salah satu alat marketing?
⇒ Ya, seperti Instagram, facebook, bahkan tiktok juga.
8. Apakah Ninja Xpress sering memberikan promo-promo menarik kepada pelanggan?
⇒ Promo Harganya dari marketplace yg melaksanakannya. Seperti Shopee & Lazada.

9. Bagaimana *feedback* pelanggan setelah mendapatkan promo?
 - ⇒ Tentang pelanggan puas jika ada promo.
10. Bagaimana cara meyakinkan pelanggan bahwa Ninja Xpress merupakan perusahaan pengiriman barang yang terpercaya?
 - ⇒ Dengan cara membuktikan dari kecepatan pengiriman kurir.
11. Apakah Ninja Xpress merasa eksistensinya terancam dengan adanya perusahaan pengiriman barang yang lebih dahulu?
 - ⇒ Tidak. Karena dari awal bisnis volume pengiriman tetap stabil. Tidak naik dan tidak turun, kecuali ada event.
12. Upaya apa yang dilakukan agar Ninja Xpress tetap bertahan untuk mempertahankan eksistensinya di Kota Parepare?
 - ⇒ Melakukan kerjasama dengan meningkatkan kerjasama dgn marketplace & lain.
13. Kendala-kendala apa yang dihadapi oleh pihak Ninja Xpress selama berdiri?
 - ⇒ Kendala dari customer seperti alamat tidak lengkap, tdk mengerti sistem cod dan cuaca juga menjadi kendala bagi rider.
14. Bagaimana cara mengatasi kendala-kendala tersebut?
 - ⇒ Ninja Xpress melakukan pengiriman barang sebanyak 3 kali ke pelanggan. Jika barang tersebut gagal terus sampai ke pelanggan maka ditanggung kurir dari pelanggan di kantor.
15. Selama membuka cabang di Kota Parepare, apakah pernah ada pekerja yang tidak amanah dalam mengirimkan barang ke pelanggan?
 - ⇒ Banyak, tapi pada periode awal berdiri sekitar 2018-2019. 2 staf dan beberapa kurir berinisiatif akan diturunkan karena mengantarkan barang.
16. Apakah ada pekerja yang tidak jujur mengenai pengiriman barang yang harus dihabiskan dalam sehari?
 - ⇒ Ada tapi dulu, sekarang sudah tidak ada. Kalau jika ada barang yg mslh diantar kurir akan menghubungi pelanggan namun jika tidak di respon maka kurir terdapat tdk jalan padahal alamat pelanggan lengkap.

17. Sejak kapan Ninja Xpress istiqomah menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dari jasa pengiriman barang lainnya?

⇒ Dari dulu hingga sekarang tentunya strategi yg dilakukan berbeda. Jika ada kesalahan pastinya akan di perbaiki lagi. Maka strategi yang sejak periode 2010.

18. Apakah perusahaan berlaku adil terhadap pekerja?

⇒ Ya. Berlaku adil dalam membayar gaji sesuai pekerjaannya



STRATEGI PEMASARAN NINJA XPRESS DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI KOTA PAREPARE ANALISIS EKONOMI ISLAM

PERTANYAAN PENELITIAN

Nama:

Andi jazuli

Alamat:

Jln ketilang

1. Apakah anda pernah belanja online?

Iya

2. Dimana biasanya anda berbelanja online?

Shopee

3. Jika anda berbelanja online, apakah anda tahu jasa pengiriman apa yang akan mengantarkan barang anda?

Iya

4. Bagaimana tanggapan anda setelah menggunakan jasa Ninja Xpress?

Bagus

5. Apakah Ninja Xpress mengirimkan barang anda dengan cepat?

Iya

6. Apakah Ninja Xpress mengantarkan barang anda dengan selamat sampai kerumah?

Iya

7. Apakah kurir Ninja Xpress ramah pada saat memberikan paket anda?

Iya

8. Sebagai pelanggan, apakah anda kurang nyaman jika kantor cabang Ninja Xpress Parepare berada di pinggir kota?

Iya

9. Apakah anda akan menggunakan jasa Ninja Xpress kembali?

Iya

10. Apakah anda akan menyarankan ke orang disekitar anda untuk menggunakan jasa Ninja Xpress?

Iya

11. Jika paket anda cacat sampai kerumah, apa yang akan anda lakukan?

Marah-marah

12. Apakah anda akan menyalahkan kurir atau langsung datang ke kantor cabang Parepare?

Tidak

13. Apakah anda akan menyalahkan kurir jika pesanan anda lambat datang sementara alamat anda tidak lengkap?

Tidak

14. Apakah anda akan ke kantor jika pesanan anda tak kunjung datang karena alamat tidak lengkap?

Iya

15. Jika anda komplain, apakah pihak Ninja Xpress akan merespon dengan cepat atas keluhan tersebut?

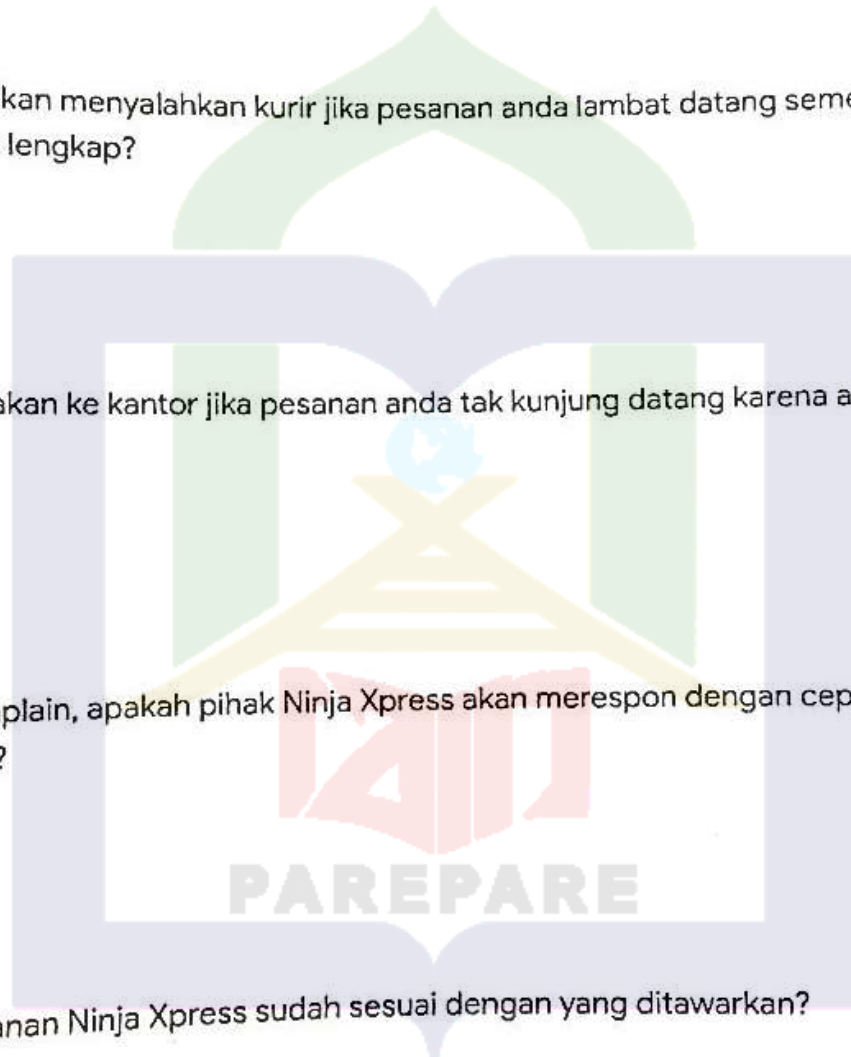
Iya

16. Apakah pelayanan Ninja Xpress sudah sesuai dengan yang ditawarkan?

Iya

17. Apakah anda puas dengan layanan jasa pengiriman barang dari Ninja Xpress?

Iya



18. Jika anda belanja online dan pilihan jasa pengiriman yang ada hanya JNT dan Ninja Xpress, manakah yang akan anda pilih?

Ninja xpresslah

19. Mengapa anda memilih jasa pengiriman tersebut?

Karna cepat belum sesuai tanggal sudah datang barang

20. Apakah ada saran untuk Ninja Xpress menjadi lebih baik kedepannya?

Sebaiknya memperbanyak cabang

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms



LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Wawancara dengan pihak Ninja Xpress Kota Parapare



2. Wawancara dengan pelanggan Ninja Xpress Kota Parepare



BIODATA PENULIS



Marissa Muchtar, lahir di Parepare pada tanggal 25 Desember 1999 merupakan anak ketiga dari lima bersaudara dengan ayah Muchtar Lahamma dan ibu Suriani. Penulis memulai pendidikan pada SD Negeri 55 Kota Parepare, setelah tamat pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Kota Parepare tahun 2014. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Model Parepare dan berhasil lulus pada tahun 2017. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Ninja Xpress dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam)”.