

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(3), 242. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3797>
- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Ilmu Komunikasi*, 10(1).
- Afridhal, M. (2017). Muhammad Afridhal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Amien Pudjdarsono, H. M. (2019). Kinerja Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kerajinan Batu Alam (Gemstone) Di Kecamatan Patrang Jember. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 15(1), 95–112. <https://doi.org/10.31967/relasi.v15i1.303>
- Ananda, R. (2016). Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industri Keripik Di Kelurahan Kubu Gadang). *Jpm Fisip*, 3(2), 1–15.
- Andriana, R., & Khoerunisa, F. (2020). Kreasi Pizza Ubi Jalar Ungu Sebagai Peluang Usaha Home Industry. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(2), 52–62.
- Anggun Mega Mentari. (2018). Optimasi Keuntungan Menggunakan Linear Programming Metode Simpleks Berbantuan Software Lindo Pada Home Industry Bintang Bakery Di Sukarame Bandar Lampung. *Computers and Industrial Engineering*, 2, 6. <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp-content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf><http://www.lib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html><https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022><https://github.com/ethereum/wiki/wiki/White-Paper><https://tore.tuhh.de/hand>
- Arifin Arifin, Mutinda Teguh Widayanto, H. (2017). Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 1–5.
- Arifudin, O. (2020). *Pengaruh Penjualan Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan ( Studi Kasus Dealer Kamera Digital Panasonic Di Kota*

*Bandung* ). 15(2), 232–241.

Artanti, A., & Adinugraha, H. H. (2020). Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Produk Home Industri Mie Eblek Desa Kasepuhan). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 224–235.

Asmawati, T., & Supriyono. (2015). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan Di Masyarakat Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri. *Ekonomi Dan Akuntansi*, 2, 254–269.

Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persaja.

Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1, 1–14.

Benyamin, A. P. (2019). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) Di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 1. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2836>

Dewi, et al. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Produksi Roti Bali Kencana Bakery, Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 3(4), 41–50.

Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>

Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shope Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Abiwara*, 1(ISSN 2686-1577), 45–53.

Fitriasari, F., & Ambarwati, T. (2020). Pengembangan Bakery AICA PCA Kedungkandang Malang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 4(2), 67. <https://doi.org/10.22219/skie.v4i2.11758>

Giyanti, I., Suparti, E., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., Budi, U. S., Studi, P., Kimia, A., Teknik, F., Budi, U. S., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., & Budi, U. S. (2021). Perbaikan Proses Produksi Dan Peningkatan Pemasaran Pada UKM Putri Timus Di Karanganyar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 127–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.33330/jurdimas.v4i2.952>

Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada UMKM Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang). *Administrasi Bisnis*, 2(024).

Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jasmine.

- Harsono, & SM, B. (2015). Membidik Mahasiswa Sebagai Calon Wirausahawan. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 25(2), 34–45.
- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian. *ResearchGate*, August, 1–13. [https://www.researchgate.net/publication/335227300\\_Pembahasan\\_Studi\\_Kasus\\_Sebagai\\_Bagian\\_Metodologi\\_Penelitian](https://www.researchgate.net/publication/335227300_Pembahasan_Studi_Kasus_Sebagai_Bagian_Metodologi_Penelitian)
- Kotler, P. R. (2002). *Marketing Management* (10th ed.). Prentice-Hall. <http://www.amazon.co.uk/Marketing-Management-Philip-R-Kotler/dp/0130336297>
- Kurnianingsih, D., Maika, R., Maretha, E. V., & Faiza, N. I. (2021). Peningkatan Kapasitas Penjualan Dan Produksi UMKM Jamu Herbal Asrifood, Carangwulung, Wonosalam, Jombang, Jawa Timur. *Abdimas*, 3(1), 30–37.
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Wibisono, W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. 4(1), 41–49.
- Lestari, P., & Rindu, R. (2018). Hubungan Pemasaran Rumah Sakit (Marketing Mix 7P) terhadap Tingkat Kunjungan Pasien. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 7(02), 120–130. <https://doi.org/10.33221/jikm.v7i02.114>
- Marcelina, J., & B, B. T. (2016). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia., 2015.*
- Meleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Musa, H. (2009). *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Newberry, R., & Collins, M. (2017). Sales Role Play: An Online Simulation. *Journal of Instructional Pedagogies*, 19, 1–7.
- Ninla Elmawati Falabiba. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada French Bakery & Bistro Cabang Atmo Palembang. 1–21.
- Nugroho, S. B., Adhityawan, M., & Agustini, D. H. (2019). Pendampingan Pemasaran Melalui Perbaikan Kemasan Produk Makanan Ringan Pengusaha Kecil di Semarang Utara. *Patria*, 1(1).
- Nurhadi. (2019). *Manajemen Strategi Pemasaran Bauran ( Marketing Mix ) Perspektif Ekonomi Syariah*. 6(Marketing Mix).

- Oktarina, N., & Widodo, J. (2019). Penguatan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh Purwodadi. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 23(2), 170–174.
- Patrutiu-baltes, L. (2016). *Inbound Marketing - the most important digital marketing strategy*.
- Puspa, L. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Bahan Baku terhadap Tingkat Pendapatan Industri pada Home Industri Nelis Bakery di Kabupaten Merauke. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 415–421.
- Putri, N. A. (2016). Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 118–127.
- Rachman, G. G., & Yuningsih, K. (2016). Pengaruh Biaya Distribusi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 10, 151–175.
- Radina, R. (2019). *Pembuatan dan penerapan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Roti Gres*.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rahmawati. (2017). Strategi Pemasaran Usaha Roti (Studi Kasus Pada Cv. Roti Daeng Makassar). *Universitas Muhammadiyah Makasar*, 1(1), 64. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/271-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/271-Full_Text.pdf)
- Raibowo, S., Nopiyanto, Y. E., & Muna, M. K. (2019). Pemahaman Guru PJOK Tentang Standar Kompetensi Profesional. *Journal Of Sport Education (JOPE)*, 2(1), 10. <https://doi.org/10.31258/jope.2.1.10-15>
- Sanggabuwana, D., & Andrini, S. (2018). Dampak Media Sosial terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sentra Industri Keramik Plered, Kabupaten Purwakarta. *InterKomunika*, 2(2), 172. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.37>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sarosa, S. (2012). *Penelitian Kualitatif Dasar-dasar*. PT. Indeks.
- Sitinjak, N. D. (2018). Pengaruh Jumlah UMKM dan Pertumbuhan Tenaga Kerja Terhadap Penerimaan Pajak. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.2065>
- Sugiastuti, R. H., & Putra, I. K. (2018). Implementasi Strategi Produk dalam

- Keunggulan Bersaing. *Sketsa Bisnis*, 5(1), 28–38.
- Suhardiyah, M., Ulfa Puspa Wanti Widodo, & Yurida Sasmita. (2020). Legalisasi Dan Pengelolaan Usaha Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 45–53. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.1.45-53.2340>
- Suhery, Putra, T., & Jasmalinda. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (Studi Kasus Home Industri Klepon Di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.
- Sumiati, D. (2018). Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM Home Industri Berbasis WEB. *Jurnal Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 2013, 502–507.
- Suryadharma, I., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(4), 250942.
- Susila, I. G. B., Rooswidjyajani, & Ratri, A. M. (2017). Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kafe Grow Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 165–171.
- Sutrisno, B., & Suwandi, J. (2007). Pola Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kota Surakarta Berdasar Panduan Kepentingan PKL, Warga Masyarakat, Dan Pemerintah Kota. *Penelitian Humaniora*, 8(2), 166–175.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Liberty.
- Tambunan, W., Amelia, T., & Priyana, F. P. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Manis Bakery. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.30656/intech.v5i1.1067>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Vimandita, A., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Roti Aroma Bakery. *Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(1), 68–76.
- Wariyanti, S., & Imtihanah, A. N. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan ( Studi Home Industry Roti Al Mustafa di Metro ). *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 09, 152–168.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.