

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, F. S. (2016). *Atrategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Promotion, People, Process, Physycal Evidence) Di Cherryka Bakery*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anggina, D., Dewi, N., & Restuhadi, F. (2020). Strategi Pemasaran Agroindustri Dodol Rasa Buah Lokal. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 17(1), 1–12.  
<https://doi.org/10.31849/jip.v17i1.3892>
- Arif, N. R. Al. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank syariah*. Alfabeta.
- Basu Swastha. (2007). *Azaz-Azaz Marketing* (3rd ed.). Liberty Yogyakarta.
- Dewi, I. A. K., & Rochmawati. (2020). Pengaruh Money Attitude Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi : Pengetahuan dan Financial Self-Efficacy Sebagai Moderasi. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30 (2).
- DJKN. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.  
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)*, 1(1), 79. <https://doi.org/10.32493/jfb.v1i1.y2019.p79-95>
- Fatihudin, D., & Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. CV. Budi Utama.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi Penelitian ; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak.
- Fitriani, A., & Hukmah, A. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Wirausaha Saffanah Cake Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Maros. *Journal Of Communication Sciences*, 4.
- Harnanik, L. N. (2017). Strategi Bauran Pemasaran Usaha Keripik Bhineka di Desa Belendung Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 647–655.  
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Untuk Pemula*. Jasmine.
- Hendika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 192–203.

- Hubies, M. (2009). *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Ghalia.
- Huh, C., & L. (2018). Communication Model Of Commitment and Engagement: Illustrations Of Exhibition Social Media Marketing. *Journal Of Convention & Event Tourism*, 19(4–5), 399–419.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV ALFABETA.
- Ida Farida, Achmad Tarmizi, Y. N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Riset Dan Manajemen Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Jones, N., Brogman, R., & Ulusoy, E. (2015). Impact Of Social Media On Small Bussines Strategy: The SME Under globalization. *Jurnal Of Small Business And Enterprise Development*, 22(4), 611–632.
- Kaligis, T. I., Mandey, S. L., & Roring, F. (2021). Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1775–1785.
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Study Kelayakan Bisnis*. PT. Kencana Prenada Media Group.
- Khaudli, M. I., & Kiya, M. A. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran Home Industri Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Penjualan Keripik di Koperasi Al-Anwar Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Darussalam*, 13.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Edisi Mill). PT Prenhallindo Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles Of Marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kusumawaty, Y. (2020). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas Dan Rengginang Ubi Kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138. <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/agr.v20i2.2235>
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123–128.

- Mardiana, V., & Rochmawati. (2020). Self-Control Sebagai Moderasi Antara Pengetahuan Keuangan, Financial Attitude, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30 (2).
- Melinia, Muhammad Iqbal Fasa, S. (2021). Implementasi Marketing Mix Strategy Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Aneka Keripik Sungkai Jaya Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 08(2).
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, & Salim, A. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Industri tempe Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Di Kabupaten Sri Indrapura Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3 (2), 140–158.
- Park, Y. W., & Shintaku, J. (2016). The Replication Process Of a Global Localisation Strategy: a Case Study Of Korean Firms. *International Journal Of Bussines Innovation And Research*, 10 (1), 8–25.
- Purbasani, G. B., Suwarno, Yusuf, M., & Unwanullah, A. (2021). Strategi Pemasaran Home Industri Makanan Ringan (Studi Kasus Keripik Gerus Desa Prunggahan Wetan Kec. Semanding Kab. Tuban). *Jurnal Oportunitas Unirow Tuban*, 2, 31.
- Ramadani, R. D. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoharjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2).
- Ramadhan, Z. A. (2020). *Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Pada Situasi Pandemi Covid-19 Di Kota Jakarta Timur (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Geprek “Jendral”)*. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/cgi/users/home?screen=EPrint::Edit&printid=2217&stage=core#t>
- Rina, N., & Yuriadi, R. wahyu. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Brand Image broownies Amanda Sebagai Kue Oleh-Oleh Bandung. *Jurnal Lingkar Studi Komunikasi*, 5 (1), 66–73.
- Rohmah, W. (2021). Keputusan Pembelian Online Konsumen Shopee Dan Faktor Yang Mempengaruhi. *Journal Competncy Of Business*, 5 (1).
- Rusmadi, R. (2016). Analisis Strategi Pemasara Bisnis Modern. *Syntax Literate; Juranl Ilmiah Indonesia*, 1(3), 96–78.
- Saragih, A., Anggreni, L., & Yudhari, I. D. A. S. (2017). Bauran Pemasaran Kacang Asin Merek Cendrawasih Pada UD. Monang Denpasar-Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 6(1), 39–48.
- Sari, R. A., & Handayani, T. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang

- Kuliner Melalui Bauran Pemasaran (Studi Kasus Rumah UKM Berkah Desa Resam Lapis). *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 6.
- Sarno, & Raditya, F. T. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Keripik Pisang (Studi Kasus UKM Seleraku Banjarnegara). *Jurnal Ekonomia*, 11(2).
- Singh, H. (2018). Marketing Management. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan UKM Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2, 59.  
<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/ecoiqtishodi/article/download/81/166/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV ALFABETA.
- Suranto, & Pratiwi, A. (2020). Model Pengembangan Pemasaran Kain Tenun “Goyor” Berorientasi Pasar Berdasar Keinginan Konsumen Di Era Industri 4.0 (Sentra Industri Kain Goyor Sragen Indonesia). *IENACO*.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM ( Studi pada Batik Diajeng Solo )*. 29(1), 59–66.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>
- Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinagor, Sumedang. *Jurnal ABDIMAS BSI*, 3.
- Zahrah, A., Mandey, S. L., & Mangantar, M. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Pada UMKM RM. Solideo Kawasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 9 (4), 216–226.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service Marketing* (4th ed.). The MC Graww-Hill Companies, Inc.