

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Novianti, A. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(1), 459–468.
- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. doi: [10.15642/jik.2020.10.1.17-31](https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31)
- Andayani, T., Kurniawan, B., & Dewi, A. (2020). Pengembangan Desain Produk dan Pemasaran Kelompok Usaha Kerajinan Tangan Berbahan Tali Kur di Desa Siwatu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 3(1), 58–62. doi: [10.30591/japhb.v3i1.1669](https://doi.org/10.30591/japhb.v3i1.1669)
- Amri, A. (2020). Pengaruh Periklanan Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Indonesia di Masa Pandemi. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130.
- Apriyanto & Agustian, E. (2019). Model Waterfall Dalam Merancang Aplikasi Online Miniatur Aneka Produk. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer)*, 4(1), 114–122.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Ilman*, 4(1), 33-46.
- Bisma, M, A., & Pramudita, A, S. (2019). Analisa Minat pembelian Online Konsumen Pada Saluran Distribusi Digital *Marketplace* Online di Kota Bandung. *Competitive*, 14(2), 36-44. doi: [10.36618/competitive.v14i2.617](https://doi.org/10.36618/competitive.v14i2.617)
- Cahyadinata, I. W. P., & Darsana, I. B. (2018). Pengaruh Upah, Modal, Bahan Baku dan Tenaga Kerja terhadap Produksi Industri Kerajinan Kayu di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal EP Unud*, 7, 324-353.
- Damanik, D., & Wibowo, F. S. (2018). Implementasi Strategi 4P Dalam Meningkatkan Frekuensi Public Event Di Harris Hotel and Conventions Bekasi (Hhcb). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. doi: [10.30813/ncci.v0i0.1248](https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1248)
- Dewi, I. L. P. P. A., & Landra, N. (2021). Strategi Pemasaran Di Era Pandemi Covid-19 Pada CV. Bintang Bali Persada Internasional Badung. *WIRANG*, 1(1), 20–26.

- Erni, M., Rosyeni, R., & Rahmiati,. (2019). Pengelolaan Keuangan Dan Akses Permodalan Sebagai Solusi Dalam Pengembangan Usaha Kecil Sulaman Di Nagari Penampung Kabupaten Agam Sumatera Barat. *Jurnal Pengabdian masyarakat*, 4(2), 50-57.
- Fatmawati, Rostin, & Baso, J.N. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 1(1), 128-134.
- Fiati, R., & Wijayanti, E. (2019). Implementasi Iptek Bagi Masyarakat (IbM) Pada Pengrajin Miniatur Menara. *Jurnal ABDI*, 5(1), 15. doi: [10.26740/ja.v5n1.p15-19](https://doi.org/10.26740/ja.v5n1.p15-19)
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Firdhy Esterina Christy. "Jumlah UMKM di Indonesia" Tempo.co, 23 Februari 2021, <https://data.tempo.co/read/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>
- Hardilawati, W., Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 89-98. doi: [10.37859/jae.v10i1.1934](https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934)
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Boyolali: Jasmine.
- Harjanto, S.P. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Imam, F., Daris, E., & Rochaeni, S. (2014). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tempe di Kelurahan Jurangmangu Timur. *Jurnal Agribisnis*, 8(1), 45-58.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126. doi: [10.37641/jimkes.v8i2.331](https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331).
- Kuspriyono, T. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Produk di Di YouTube Melalui Subscriber Tertinggi dan Kualitas Tayangan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 19(2), 165–172. doi: [10.31294/jc.v19i2.5453](https://doi.org/10.31294/jc.v19i2.5453)
- Labatjo, G. S., Loho, A. E., & Pangemanan, L. R. J. (2018). Bauran Pemasaran Kerajinan Cenderamata Berbahan Baku Bambu Batik. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 14(1), 1689–1699.
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma*, III(1), 62-70
- Lupi, F. R., & Nurdin. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-

- Commerce Pada Tokopedia.Com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 20–31.
- Maulani, R., Dwiastuti, R., & Andriani, D.R. (2017). Analisis Penetapan Harga Produk Obat Herbal Olahan Jamur Dewa (*Agricus Blazei* Murriel) Pada CV. Asimas. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(2), 94-107. doi: [10.21776/ub.jepa.2017.001.02.3](https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2017.001.02.3)
- Nainggolan, F., & Taime, H. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Anyaman Lidi di Kabupaten Mimika (Studi Kasus Pada Usaha Kerajinan Tangan Masyarakat Nawaripi). *Jurnal Kritis*, 1(2), 1-13.
- Rianto, B. (2018). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Kerajinan Tangan Khas Inhil Berbasis Web. *Riau Journal Of Computer Science*, 4(1), 67–75.
- Roni Andespa. (2018). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di bank Syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(2), 181-190.
- Saputro, A., Avirsa, E. M. N., Sari, E. N., Erlitasari, N., Suyitno, I., & Hariri, A. (2019). Pengemasan Produk Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Industri Kerupuk Impala. *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(1), 71–77.
- Sarmigi, E. (2020). Pemberdayaan Dan Perkembangan UMKM Di Kabupaten Kerinci. *Al-Dzahab*, 1(1), 1–17.
- Setiyorini, E. S., Noorachmat, B. P., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Produk Olahan Hasil Perikanan pada UMKM Cindy Group. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 19. doi: [10.29244/mikm.13.1.19-28](https://doi.org/10.29244/mikm.13.1.19-28)
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2009). *Azas Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tanjung, D., Azmi, A., Mirwa, T., & Triyanto, T. (2018). Analisis Nilai Estetis Kerajinan Miniatur Kapal Pada Pengrajin Kriya Asmidar Di Medan Perjuangan. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 7(2), 284. doi:[10.24114/gr.v7i2.11898](https://doi.org/10.24114/gr.v7i2.11898)
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87.
- Warnadi, A. T. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, . (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Yuli Rahmini Suci. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.