

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, F. S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga, Marketing Mix*, 1–10.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>
- Azizuddin, I. (2021). Jamu Tradisional Peningkat Imunitas Di Masa Pandemi. *Journal of Research on Community Engagement*, 2(2), 38–42. <https://doi.org/10.18860/jrce.v2i2.11962>
- Beers, S. J. (2001). Jamu (*The Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*).
- Dan, P., Terhadap, P., Nugroho, R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *PENGARUH PEOPLE , PHYSICAL EVIDENCE , PRODUCT , PROMOTION , COFFEE COZIES SURABAYA*. 1(2), 1–9.
- George R. Terry. (2013). *Dasar dasar manajemen*. [https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab 2.pdf?sequence=11](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6350/Bab%202.pdf?sequence=11)
- Hadijah, S. (2015). Deteksi Cemar Bakteri Pada Jamu Tradisional Yang Dijajakan Di Kelurahan Banta-Bantaeng. *Jurnal Biotek*, 107–114. <https://core.ac.uk/download/pdf/234747729.pdf>
- Hardilawati, W. L. (2021). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *GOVERNABILITAS (Jurnal Ilmu Pemerintahan Semesta)*, 2(2), 154–168. <https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Harsono. (2015). *Sukses Sebelum Berbisnis Belajar Menyusun Anggaran Bisnis*. Sukoharjo: Duta Permata Ilmu
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Sukoharjo: CV. Jasmine
- Hartono, H. (Universitas B. N., Hutomo, K. (Universitas B. N., & Mayangsari, M.

- (Universitas N. (2014). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN ” DENGAN MENETAPKAN ALUMNI DAN MAHASISWA UNIVERSITAS BINA NUSANTARA SEBAGAI OBJEK PENELITIAN Hendry Hartono ; Karyana Hutomo ; Marshelia Mayangsari. *Binus Business Review*, 3(2), 882–897.
- Hazwan. (2022). *Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi Usaha pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bale Bahari Lombok, Desa Midang, Kecamatan Gunung Sari, Kabupaten Lombok Barat)*. 19.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). 1 2 3 1. 19(1), 76–82. <http://journals.usm.ac.id/index.php/solusi>
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian rumah makan Koki Jody di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Indonesia, R. (2008). Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jakarta: Sekretariat Negara*.
- Ismiyati, I. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Mengunjungi Sendratari Ramayana Prambanan Di Prambanan. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 4(1), 60–71. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v4i1.448>
- 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.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, A. W., & Rohmah, W. (2022). *Penjual Donat Kentang Endhole Jaya ( Studi Kasus Bisnis Rumahan Di Dukuh Sangiran Desa Krikilan Kabupaten Sragen )*.
- 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*.

- Marginingsih, R. (2021). Program Pemulihan Ekonomi Nasional Sebagai Kebijakan Penanggulangan Dampak Pandemi Covid-19 Pada Sektor UMKM. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 110–116. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i2.10997>
- Menkes, R. I. (2010). *Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 003/MENKES/PER/I/2010 Tentang Saintifikasi Jamu Dalam Penelitian Berbasis Pelayanan Kesehatan*.
- Moleong, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Monasanti, C. (2021). *Strategi Pemasaran Jamu Tradisional “Mas Kembar” Di Pasar Gede Kota Surakarta*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/92747>
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Nur Camelia Putri, Drs. H. Akhmad Samhudi, MM, Dr. Hj. Rahmi Widiyanti, SE, M. S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Home Industry “Donat Kentang Mama Syifa” ’ Di Sekumpul Martapura Kabupaten Banjar. *Ekonomi Manajemen*.
- Pondia, S. (2020). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto*, 1, 1–476.
- Rachmawati, R., Jasa, J. T., Produksi, D., & Semarang, U. N. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahardjo, Susilo & Gudnanto.(2011). *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus:

Nora Media Enterprise

- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA, cv. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3), 279–285.
- Titin, M. (2021). Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan. *Fik Uas*, 4(5), 1018–1029.
- Tuti Anggraini, I. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 47–66. <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i2.298>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Djajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)