

DAFTAR RUJUKAN

- Abdulllah, Thamrin. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aminuyati, Dayana Ratisha dan Syahrudin, Husnul. (2016). *Analisis Strategi Bauran Promosi Sepeda Motor Honda Pada Perusahaan Dagang Meteor Motor Di Sanggau*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa Vol 5, No. 6 .
- Anantya, Venan. (2020). *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Anggia, Riri Tulandi dkk. (2015). *Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi Vol.3 No.2 tahun 2015.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arikunto, Suharsimi. (2000). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Raneka Cipta
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia.
- Brahim, Nur Eli. (2021). *Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Departemen Agama RI. (2010). *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Bandung: Diponegoro
- Dr. Firmansyah, Anang. (2021). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Strategy)*. Pasuruan: Qiara Media.
- Dr. Hardjoeno. (2021). *Menata Organisasi dan Pembentukan Holdings Company – Studi dan Analisis pada Badan Usaha Milik Negara*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Gitosudarmo.Indiyo. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Edisi II BPF. Yogyakarta: Erlangga.

Hedynata, Marceline Livia dan Wirawan Radianto. (2016). *Strategi Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Lucious Chocolate Potato Snack*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol.1 No. 1 tahun 2016.

Hendra, Sony (2017). *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Vol. 8, No.1.

Hermawan. (2002). *Marketing*, Jakarta: Gramedia.

Herwiyanti, Erliada. (2020). Dkk. *Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Di UMKM*. Sleman: DeePublish.

Huda, Nurul dkk. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok: Kencana.

Ismail. (2020). *Manajemen Strategi Sektor Publik*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Kara, Muslimin. (2013). *Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar*. UIN Alauddin Makassar, Vol. 47, No. 1.

Khusna, Khotimatul Galu dan Oktafani, Farah. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Entrepreneurship*. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Entrepreneurship.

Kotler. Philip dan Garry Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Maimun, dan Mohammad Kosim. (2019). *Moderasi Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Percetakan LkiS.

Moelong, Lexy. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Noordiana, Novie dan Wilsna Rupilu. (2019). *Manajemen UMKM bagi Wanita*. Jember: CV Pustaka Abadi.

Nugroho, Wuriyanto.(2009). *E-Business: Membangun Blog Bisnis di Internet*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Nur, Muhammad. (2014). *Direktori Produk Kredit Dan Tabungan Perbankan Se-Kalimantan Tengah Tahun 2014*. Kalteng: Unit Akses Keuangan dan UMKM KpwBI.

Panuju, Redi. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Papatungan, Desiastuty, dkk. (2017). *Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada PT. Columbia Kotamobagu*.

Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Sleman: DeePublish.

Rohmatul, Shoviatur dan Lailatus Sa'adah. (2017). *Perkembangan Kemitraan Pelaku Usaha*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Samad, Abdul. Dkk. (2021). *Metodologi Riset Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Shinta, Agustina. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Brawijaya Press.

Siagian. P Sondang. (2000). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Sumitro, Warkum. (2004). *Azas-Azas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Supranto dan Limakrisna, Nanda (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Suryani, Tatik. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta: Prenada Media Group.

Swastha, Basu dan Irwan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Umardiyah, Fitri dan Farid Nasrulloh. (2020). *Scaffolding Dalam Pembelajaran Geometri Berdasar Taksonomi Solo*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Waluya, Bagja. (2021). *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial Masyarakat*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.

Wawancara dengan Ibu Fatma selaku pemilik UMKM Sheo Sweet.

Wawancara dengan Nadia selaku konsumen UMKM Sheo Sweet.

Wawancara dengan Nia selaku konsumen UMKM Sheo Sweet.

Wawancara dengan Titik selaku karyawan UMKM Sheo Sweet.

Wawancara dengan Wulan selaku karyawan UMKM Sheo Sweet.

Wijoyo, Hadion dkk. (2021). *Strategi Pemasaran di Masa Pandemi*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.

Winardi. (2003). *Entrepreneur dan Enterpreneurship*. Jakarta: Kencana.

Winarni, Endang Widi. (2018). *Teori dan Praktik Pengalaman Kuantitatif Kualitatif Penelitian Tindakan Kelas (PTK) Research and Development*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zulkifli, Zulki. (2021). *Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta: Dee Publish.