

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Lulus Prasetyo dan Supriono. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 67 (1).
- Abduh, Thamrin. (2017). *Strategi Internasionalisasi UMKM*. Makassar: CV Sah Media.
- Al Arif, M Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alfina, Dinazat Gita. (2021). *Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata berdasarkan Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Sumber Ubalan Kabupaten Kediri)*, (Skripsi: UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung).
- Alif, Khadir dkk. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Rokok Class Mild Pada Produk PT Niaga Nusa Abadi Cabang Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol. 3 No. 4.
- Andriani, Jeni., Sri R. Sampurnaningsih, dan Asep Riki. (2020). Promotion Cost Effect on Sales Volume at PT Unirama Duta Niaga Branch Cinangka Depok, West Java. *Jurnal Humanis*. Vol. 1 (1).
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Astuti, Miguna dan Matondang, Nurhafifah. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Yogyakarta: Deepublish.
- Benyamin, Arie Putra. (2019). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) di Pasarkita Pamulang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 2 No. 3.
- Dahmiri. (2020). Strategi Promosi Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Vol. 4 (1).
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*. Vol. 1 (2).
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. CV Pustaka Agung Harapan.
- Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, diakses dari <http://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm>, pada 30 Agustus 2021.
- Effendy, Aidil Amin. (2019). Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible*. Vol. 1 (1).

- Hamali, Arif Yusuf. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana.
- Huda, Nurul dkk. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Ishak, Ach Maulana dan Siti Ning Farida. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan pada Kafe Tumbuh Kopi Surabaya. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*. Vol. 12 (1).
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. (2020). *UMKM Bangkit Ekonomi Indonesia Terungkit*. diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>, pada 30 Agustus 2021.
- Khaddapi, M., Damayanti, dan Kaharuddin. (2022). Strategi Digital Bauran Pemasaran 4P Terhadap Kinerja UMKM Kota Palopo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 5 (2).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lindawati, Sri. M. Hendri, dan J. Hutahaean. (2020). *Pemasaran Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Moleong, J. Lexy. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Novitasari, Devi dan Samari. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*. Vol. 6 (1).
- Nurul Farhana Nasir, dkk., (2020). Marketing Strategies from the Islamic Perspective: Reviewing he Relevance of Elements of the Marketing Mix. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*. Vol. 8 (3).
- Paujiah, R., Kosim, A., dan Gustiawan, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Economics and Banking*. Vol. 2 (1).
- Poluan, Firna M. A., Silvy L. Mandey dan Imelda W. J. Ogi. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant ALVERO. *Jurnal EMBA*. Vol. 7 (3).
- Pritasari, Rahdias. (2010). *Wirausaha Tanaman Hias*. Banten: Talenta Pustaka Indonesia.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Aktif dan Analisis Kasus IMC*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Ritonga, Husni Muharram dkk. (2018). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Medan: CV Manhaji.
- Rukajat, Ajat. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rusdi, Moh. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. Vol. 6 (2).
- Sa'adah, Lailatus dan Chusnul Muchfaidzah. 2021. *Manajemen Pemasaran NU Care Lazisnu*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Jambi: PUSAKA.
- Sekarningsih, N., Sudiarta, I., dan Sudana, I. (2020). Strategi Bauran Pemasaran Octopus Dive Penida dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *jurnal Industri Perjalanan Wisata*. Vol. 8 (2).
- Sofyan. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Online Shop (Studi Kasus Usaha Online Shop Mahasiswa Jurusan Manajemen Ngkatan 2015 Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Stefanus, Stefen dan Mohammad Ridwan. (2022). Analisis Strategi Marketing Syariah unuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Era Globalisasi di Toko Emas Pantas Sindang Laut Kabupaten Cirebon. *Jurnal Change Think*. Vol. 1 (1).
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, Ujang dan Fandy Tjiptono (ed.). (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sylvia, Rika, Rizki Amalia Afriana, dan Nor Anisa Amelia. (2019). Penerapan Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada UD Rahmani Sasirangan Kabupaten Banjar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 12 (1).
- Tabrani, Mirza dan Marlizar. (2016). *The Marketing Concept Islamic Perspective: A Literature Review, Islamic Finance and Economic Rivew*. Vol. 1 (1).
- Widyastuti, Sri. (2019). *Implementasi Etika Islam dalam Dunia Bisnis*. Malang: CV IRDH.

- Widyastuti, Titiek. (2018). *Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis*. Yogyakarta: CV Mine.
- Zahrah, A. Silvy L. Mandey, dan Marjam Mangantar. (2021). Analisis Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan pada UMKM RM. Solideo awasan Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 9 (4).
- Zainurossalamia, Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*, Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.