

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bhakti, A. (2016). *Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Percetakan Sekila Jember*. Jember: Skripsi Universitas Jember.
- Elini. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan Pada Pt Maju Telekomunikasi Batam*. Batam: Skripsi Universitas Putera Batam.
- Farah, D. A. (2018). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategy Competitive Advantage Pada Pusat Souvenir (Studi Kasus CV Nabata Souvenir, Desa Kendelrejo, Kecamatan Talun, Kabupaten Blitar)*. Tulungagung: Repository IAIN Tulungagung.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- H, W. (2019). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Haryoko, U. B. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pencapaian Volume Penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia Cabang Raden Patah Cileduk. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4), 131.
- Hermawan, I. (2019). *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi dan Metodologi*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Hutagalung, S. S. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Indonesia, K. A. (2019). *Al-Qur'an Dan Terjemahnya Edisi Penyempurnaan*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementrian Agama RI.

- Irawan, A. P. (2017). *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jaya, P. A. (2015). Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa pada Putra Mas di Desa Bulian tahun 2010-2014. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, 5(1), 3.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada.
- KM Medyana Putra, d. (2016). “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, 4, 3.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Lonika, E. V., Andarini, S., & Susanti, E. d. (2022). Analisis Kualitas Desain Produk dan Promosi terhadap Volume Penjualan pada Pelanggan Jasa Iprofeeds Surabaya. *SEIKO : Jurnal of Management & Business*, 5(2).
- Maidatus, N. (2020). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Pengembangan Produk Kerajinan Tempurung Kelapa Di Kelurahan Tanjungsari Kecamatan Sukorejo Kota Blitar (Menurut Perspektif Ekonomi Islam)*. Tulungagung: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- Manullang, M. B. (2022). *Pengaruh Fitur Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus SMA Negeri 4 Sungai Bahar Muaro Jambi)*. Jambi: Skripsi Universitas Batanghari.
- Marisi Butarbutar, d. (2020). *Manajemen Pemasaran* . Medan: Yayasan kita menulis.
- Marissa Grace Haque Fawzi, d. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Masrufah, E. (2018). *Analisis Kualitas Produk Dalam Menjaga Kepercayaan Konsumen Indah Bordir Sidoarjo*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel .
- Moleong, L. J. (2013). *metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mujahidin, A. (2007). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Partiwi, S. D., & Suriani, L. (2017). Strategi Pemasaran Produk rangka Atap Baja Pada PT. Hari Rezeki Kita Semua Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 3(2), 250.
- Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 211.
- Rahmah, M. (2017). *PENGEMBANGAN PRODUK KOPI BUBUK CAP SEMUT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Kelompok Wanita Tani Melati Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat)*. Lampung: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Raden Intan Lampung.
- Rayon, F. M. (2011). *strategi sukses pemasaran produk baru*. jakarta: PT. Alex media komputindo.
- Saydam, G. (2006). *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Shidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo.
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Sulaiman, F., & Nanda. (2015). PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN MENGGUNAKAN METODE EOQ PADA UD. ADI MABEL. *Jurnal Teknovasi*, 2(1), 2.
- Suranny, L. E. (2015). Peralatan dapur Tradisional Sebagai Warisan Kekayaan Budaya Bangsa Indonesia. *Jurnal Arkeologi Papua*, 7(1), 47.
- Swasta, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

- Turmudi, M. (2017). PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal ISLAMADINA*, XVIII(1).
- Umar, H. (2000). *Strategi Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (2018). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Tape Wangi Prima di Binakal Bondowoso). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 2(1).
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi Offset.