

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Muri Yusuf. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan penelitian Gabungan*. Jakarta:Kencana.
- Amanah, S.. 2015. Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera*. Vol. 3 No. 1.
- Amir, M Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajah dan Rasakan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Amrin, Abdullah. 2006. *Asuransi Syariah*. Jakarta: Media Komputindo.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi:CV Jejak.
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arif, E., & Roem, E. R. 2019. Pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*. Vol 3 No. 1.
- Aristawidia, I. B. 2018. Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan Umkm Di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*. Vol. 1 No. 2
- Aryanto, Aris. et, all. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atmoko, T. Prasetyo Hadi. 2018. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Jurnal of Indonesian Tourism, Hospitality adn Recreation*. Vol. 1 No. 2.
- Aulia, Tika. 2021. Skripsi: *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada UMKM Royal Food Medan)*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Ayodya, W.. 2019. *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuki Era Digital* (Cetakan Pertama). Jakarta:PT. Elek Media Komputindo.
- Ayu, Widia Resti. 2020. Skripsi: *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan*

- Penjualan pada Toko Bag Corner Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Ball, Donald A dan Wendell H.Mcclloch. 2001. *Bisnis Internasional*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Ombak.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Departemen Agama RI. 1993. *Al Quran dan Terjemahannya*. Surabaya: Surya Cipta Aksara.
- Dinsi, Valentino. 2013. *Bisnis Rumahan Bermodal Cekak, Omzet Miliaran*, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Dirk Kaligis, Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran. 2005. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol.3 No. 2
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y.. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Go-Jek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1 No 1
- Fitriani, Rachma. 2015. *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif: Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft System Methodology*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Furchan, Arief. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Hanani, H.. 2021. *Analisis strategi bauran pemasaran jasa di era ekonomi digital dalam upaya meningkatkan posisi persaingan: Studi kasus pada Kantor Pos Cabang Kota Lumajang Jawa Timur*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M.. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, Vol. 3 No. 2
- Hedynata, Marceline Livia dan Wirawan E. D. Radianto. 2015. “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack,”

- Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 1 No. 1. Jakarta: Universitas Ciputra.
- Herlambang, Tedy. 2002. *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Huda, Nur dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi Edisi Pertama*. Depok:Kencana
- Hukum, M., & Manusia, H. A. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. In *Jakarta. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun*.
- Husein Umar. 2001. *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasat Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kamaruddin. 2017. Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Laa Maisir*. Vol. 4 No. 1
- Kotler, Philip dan Kevin L.K. 2008. *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurnia Cahya Lestari dan Arni Muarifah Amri. 2020. *Sistem Informasi Akuntansi (Beserta Contoh Penerapan Aplikasi Sia Sederhana dalam UMKM)*. Yogyakarta: Deepublish
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M.. 2018. Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di My BCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika '45*, Vol. 5 No. 1
- M, Fuad. 2007. *Pengantar Bisnia*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Mardalis. 1999. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mastura, J., & Noer, F.. 2018. Strategi Pemasaran Produk Dan Jasa Mahasiswa

- Pkk Fkip Unsyiah Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, Vol. 3 No. 2
- Mohammad Ato'illah. 2015. Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk, *Jurnal WIGA*. Vol. 5 No. 1
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A.. 2020. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, Vol. 2 No. 2
- Oktaviani, F., & Rustandi, D.. 2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, Vol. 3 No. 1
- Oscarius, Y.A Wijaya. 2020. *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture di Jawa Timur*. (Klaten:Anggota IKAPI No.181/JTE/2019)
- Panji, Anoraga. 2010. *Ekonomi Islam Kajian Makro Dan Mikro*. Yogyakarta:Dwi Chandra Wacana.
- Rangkuti, Freddy. 2006 . *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Pearce Robinson. 2000. *Manajemen Strategi Formulasi, Imlementasi dan Pengendalian Jilid 1*. Jakarta : Binrupa Aksara
- Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 *tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Nomor 086507).
- Prasetyo. Lulus. Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik (Studi Kasus di PT. Electrolux Surabaya. *Jurnal Administrasi bisnis (JAB)*, Vol 67,No 1
- Rachmawan Budiarto, dkk. 2018. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: UGM PRESS
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, & Sandy, A. T.. 2022. Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*

- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ranti Dwityasari dan Erdiana Pangestuti. 2017. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Blimbing Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 50 No.4
- Ria Rahmawati. 2015. Analisis Metode Perusahaan Menggunakan Metode Balanced Scoracard dengan Metode Radar. *Jurnal Makro Manajemen*, Vol 1 No.19
- Stanton, William, J.. 2000. *Prinsip Pemasaran. Edisi Revisi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono.2006. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, Bandung:Alfabeta
- Suharyadi, dkk. 2007. *Kewirausahaan* (ed. 1), Jakarta: Salemba Empat
- Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES
- Zaharuddin, Harmaaizar. 2007. *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi:CV Dian Anugerah Prakasa
- Zuhal. 2010. *Knowledge and Innovation Paltform Kekuatan Daya Saing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama