

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(01), 40-56.
- Andarias, P. A. (2019). Strategi Pemasaran Barang Di toko Handayani Kelurahan Balandai Kecamatan Bara. *Skripsi* , 98
- Annur, A. M., & Anwar, K. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada UMKM (Studi Usaha Jahit HANIMIST). *Indonesia Journal Of Islamic Economics and Business*, 6(1), hal 60-72.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018, September). Kreatifitas dan inovasi produk industri kreatif. In *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)* (Vol. 1, No. 1, pp. 61-70).
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10),hal. 179-188.
- Basrowi & Suwandi. Memahami Penelitian Kualitatif. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008). 158
- Budiharja, R. G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 133954.
- Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (konsep, strategi, dan kasus)* CAPS, Yogyakarta,2014, hlm.18
- Didik Darmadi, “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Penjualan”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.2 No.1 (Mei 2013), hal.3
- Faisal, *Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif* (Buku Ajar Part 6), (dikutip dari: ichaledutech.blogspot.com/2013/04/teknik-pengumpulan-data-penelitian-html?m=1), diakses pada tanggal 28 September pukul 10.30
- Fajriyah, L. W. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahubaxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi* , 181.

Freddy Rangkuti, Strategi Promosi..., hal.57-58

Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan* (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.

Iman Romansyah, "Analisis Penetapan Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016).

Irvan, M. (2015). Fase pengembangan konsep produk dalam kegiatan perancangan dan pengembangan produk. *Faktor Exacta*, 4(3), 261-274.

Juliandi, F., Niati, A., & Rizkiana, C. (2021). *Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan* (Studi Kasus Wedang Rempah Mbah Kung). *Solusi*, 19(3), 181-190.

Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.

Jagloabang. (2019, Juli 22). UU 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Retrieved October 22, 2023, from UU 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Jagloabang Web site: <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-20-2008-usaha-mikro-kecil-menengah>

Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 187.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal.168

- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga SKM. CLOTHING. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (2), 1003-1011.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. "Pemasaran." *Jakarta: Erlangga* (2010).
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Lady Ros Angelia, "Analisi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen (Studi Di Jaya Bakery Metro)" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2020).
- Makmur, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)* (Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, 2014).
- Manajemen, *Peluang Bisnis Kuliner dan Kiat Sukses Bisnis Kuliner*, dalam : <https://menjadiwirausaha.com/peluang-bisnis-kuliner-dan-kiat-sukses-bisnis-kuliner/> diakses 22 Oktober 2023, pukul 00:27 WIB
- Mufidah, V. '. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Konvesksi Dalam Mempertahankan Usahnya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi* , 139
- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis)*. RajaGrafindo Persada.
- Masnah, Hapid, Haedar, Strategi Pemasaran Industri Kue Bagea dalam meningkatkan volume penjualan di masamba Kab. Luwu Utara, *Jurnal Equilibrium* vol.2 no.1 tahun 2012, hal.58
- M. Djunaidi Ghonny & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, 165.
- Nandy (2005), Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 18.28 WIB dari <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-pemasaran/>

- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Nurahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran bagi pendidikan ekonomi*, (Pekanbaru : Suska press,2012), hal.86
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis data dan pengecekan keabsahan data. P3ei, *Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Rajawali Pers, 2013), Hal.17
- Perdiana, R. H., Ridwan, W., Yusup, I., & Koeswandi, T. A. (2021, September). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan mie ayam Mang Nana. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1456-1459).
- Petri, M. M. (2020). Srategi Pemasaran Dalam Mempertahankan BisnisUMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Skripsi* , 105
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679-686.
- Priyanti, N. A. (2021). Stratgi Pemasaran Produk Tabungan Hijrah Prima Berhadiah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. *Skripsi* , 107. Petri, M. M. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. *Skripsi* , 105.
- Purwanto, E. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(2), 248-253.
- Qomaruddin, N., & Prabowo, B. (2023). *Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Kedai Ms18 Lamongan*. SEIKO: *Journal of Management & Business*, 6(1), 300-307.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif.
- Restu Kartiko Widi. *Asas Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010),

- Sudarmiati, Praktik Bisnis Waralaba (franchise) Di Indonesia Peluang Usaha dan Investasi, *Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen*, Pada Fakultas Ekonomi (FE) UM, 28 April 2011, dalam <http://digilib.um.ac.id>, di Akses 22 Oktober 2023.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 231.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2011), 318.
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hal.77
- Slat, A. H. (2013). Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- S.Margiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : Reneka Cipta, 2014), hal. 58
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, konsep dan strategi edisi 1, Cet. 7*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal.168
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), hal.207.
- Sunyoto, D. (2014). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan dan pelabelan pada kemasan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk minuman mizone di kota semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4, 132997.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, hal. 223.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). Penelitian kualitatif. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*, 158-165.
- Triyanto, W. A. (2015). Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi

Pemasaran Produk. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 6(1), 183-188.

Wahab, A., Syahid, A., & Junaedi, J. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *Education and Learning Journal*, 2(1), 40-48.

Wahyuni H, Strategi Promosi..., hal.25

Wan Laura Hardilawati, "Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19" (Jurnal Akutansi dan Ekonomika, Vol.10 No.1, Juni 2020).

Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022) *Implementasi bauran pemasaran 7p dalam meningkatkan volume penjualan UKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada masa pandemi Covid-19*. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 299-314.