

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, E. A. 2019. *Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan*. JURNAL ILMIAH FEASIBLE
- Aris Kurniawan, 13 *Pengertian Analisis Menurut Para Ahli*, Tersedia:
<http://www.gurupendidikan.com/13-pengertian-analisis-menurut-para-ahli-didunia/>, Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2016.
- Billy Tantra, Jesse Marcelina, “*Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya*”, Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol.5 No.2.
- Dewi Diniaty, *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan* .Vol. 11, No.2, Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri, Juni 2014,
- Diat Prasajo, Lantip. 2018. *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: UNY Press. Fattah, Nanang. 2004. *Landasan Manajemen Pendidikan*, Bandung: Rosdakarya.
- Endah Lestari, *Pemasaran Strategik: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011).
- Fakhriyan Sefti Adhaghassani, “*Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di cherryka bakery*”, Jurnal Pendidikan Teknik Boga, Tahun 2016
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, (Yogyakarta: CV Andi, 2014)
- Fifiyanita Ghanimata, “*Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina*”, Jurnal Ekonomika dan Bisnis, 2013
- Fiqri Irvandani. 2023. “*Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kripik Pisang UD. Langgeng Perspektif Manajemen Bisnis Syariah*”. Manajemen Bisnis Syariah UIN SATU. Tulungagung
- Firli, musfar tengku. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (pertama)*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia).
- Francis Abdullah, Thamrin dan Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT RajaGrafindo

- Persada, 2018)
- Gary Kotler, Philip dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, trans. Bob Sabran, 12th ed. (Penerbit Erlangga, 2006).
- Gregorius Tjiptono, Fandy dan Chandra, *Pemasaran Strategik Edisi 3* (Yogyakarta: ANDI, 2017)
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendy Aji, *Manajemen Pemasaran Syariah: Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019)
- H. Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cet. Ke-9, (Jakarta : KENCANA, 2017)
- Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A, “Analisa Marketing Mix-7P (*Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”, Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No. 2, Oktober 2010
- Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Manullang, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2002)
- Maya Ariyanti, “Analisis Pelaksanaan Service Marketing Mix Pada Industri Telepon Seluler Berbasis GSM Di Indonesia”, Jurnal BisnisManajemen dan Ekonomi, Volume 6 Nomor 3 Februari 2005
- Miftachul Sidiq, Umar dan Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan* (Ponorogo: CV. NataKarya, 2019)
- Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003)
- Nadia Eva Nur Fauzy dan Elok Fitriani Rafikasari, “Pengaruh Harga, Kemasan, Kulaitas Produk, Brand Image dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Produk Le Minerale”, Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 20, No. 02, November 2020
- Nikmah, Futihatun. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pabrik Teh Kaligua Pandansari Paguyangan)”, “Skripsi, Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2018
- Nurhafifah Astuti, Miguna dan Matondang, *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020)

- Nurul Puwaningsih, Endang dan Huda, *UMKM: Aspek Hukum Dan Manajemen Pemasaran Produk* (Malang: Empatdua, 2018).
- Rahmawati dkk, *Bisnis Usaha Kecil Menengah; Akuntansi, Kewirausahaan, Dan Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016)
- Resalawati, Ade *Pengaruh Perkembangan UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Sektor UKM Indonesia*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Idayatullah, Jakarta, 2011)
- Rifai, Qomariah, & Santoso. (2018). *Peningkatan Volume Penjualan Berbasis Bauran Pemasaran, Jurnal Penelitian Ipteks*
- Sukirno, Sadono (2005), *Pengantar Mikro Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sentot Wahjono, *Bisnis Modern* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2023)
- Sri Darmanto, dan Wardaya, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2016)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta (Bandung: Alfabeta, 2015)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Triandra, Diyah. 2019 . *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan i B Syariah di BPRS Buana Mitra Perwira KC Banjarnegara . Purwokerto : IAIN Purwokerto* Tulus TH Tambunan, *UMKM di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009)
- Udaya, Jusuf et al., *Manajemen Stratejik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- William, McCarthy, Jerome dan Perreault, *Intisari Pemasaran: Sebuah Ancangan Manajerial Global*, trans. Agus Maulana, 6th ed. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1995)
- Yuliantari, Kartika et al., *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020)
- Yusratul Rizki, Khairul Marlin, and Khairulis Shobirin, “Strategi Pemasaran Pada UMKM Kawa Daun Celup Putry Bunga Tabek Patah Kecamatan Salimpaung,” *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2022)