

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Anggraini, M., Mubyarto, N., Anita, E., & Munsarida, M. (2023). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Pondok CIK Roza Kelurahan The Hok. *Manajemen Keuangan Syariah*, 3(1), 25-37.
- Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. (2022). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kabupaten lombok barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292-306.
- Aris, A., dkk. (2023). Manajemen pemasaran. Widina.
- Assauri, Sofjan. 2015. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, H., Wijaya, S., & Agustina, M. (2023). Implementasi marketing mix 7P pada usaha mikro kecil dan menengah. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 1-14.
- ASYKARULLOH, A. (2021). STRATEGI PEMASARAN DAN PRODUKSI KOPI SERTA TINJAUANNYA DALAM ISLAM (Studi Kelompok Usaha Bersama Omah Kopi Mandiri Kecamatan Sendang Kabupaten Tulungung).
- Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1).
- Dewi Khorir'Atus Sholikah , 2021, Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Di Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupate Tulungagung), Tulungagung : UIN SATU

- Febriyanti, N. (2020). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan omzet penjualan pada usaha kerupuk "Pade Mauq" di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Ginting, S., Pandia, S. E. N. S., & Wailan'An, E. J. (2021). Pengaruh Pendapatan dan Beban terhadap Beban Pajak dengan Earning Before Interest and Tax sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 207-216.
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi.
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Herwandi, A. (2012). Komunikasi pemasaran. Erlangga.
- 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), 76-82.
- Hidayatul Lutfiyah, Skripsi: "Strategi Pemasaran Product, Price, Place, Promotion (4P) dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di Warung Makan Kampung Bu Wulan Desa Ploso Kandang Ditinjau dari Etika Bisnis Islam" (Tulungagung: UIN SATU, 2024).
- Launa, L., Tawaang, F., Nurgroho, A. C., & Mudjiyanto, B. (2022). Mahasiswa dan Kuliah Daring. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(1), 30-56.
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63-84.

- Madiu, N. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Konveksi di Shopping Center Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 1(1), 30-37.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73-92.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.
- Ningsih, E. J. (2006). Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Surya Mas Agung di Solo.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119-127.
- Rahmawati, D. (2019). Pengembahang pemasaran produk roti dan pastry dengan bauran pemasaran 4P di Sari Good Bakery. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 233-243.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Siahaan, S. D. N., dkk. (2022). Pengenalan bisnis dan teori praktek. CV Merdeka Kreasi Grup.
- Sugiyono, S. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Timbuleng, S. S., & Tumbel, A. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada Friska Beauty Studio Tomohon). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).

- Timbuleng, S. S., & Tumbel, A. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada Friska Beauty Studio Tomohon). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).
- Ulus, A. A. (2013). Bauran pemasaran pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Waliya, I., Choiriyah, C., & Fadilla, F. (2023). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7P (Marketing Mix) Pada Penjualan Produk Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Khadijah Galery Palembang. *EKOMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 131-142.
- Yudiantoro, D., & Astutiningsih, S. E. (2024). PENDAMPINGAN POKDARWIS DAN PENGELOLAAN WISATA PANTAI DI TULUNGAGUNG DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT PENGUNJUNG MELALUI MEDIA SOSIAL MARKETING. *Journal of Islamic Tourism: Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 4(1), 1-18.