

DAFTAR RUJUKAN

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. syakir Media Press.
- Adhiningsih, A. H. (2021). *Analisis Strategi Daya Saing Industri Kecil dan Menengah di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Industri Kopi di Kota Makassar)* (Vol. 0) (Universitas Hasanuddin Makassar). <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/6034/>
- Agustian, Efandri. Indah Mutiara, dan A.Rozi. (2 0 2 0) *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi*. Jurnal Manajemen dan Sains. <https://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/192>
- Ahmad, A. S., & Ali, H. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.336>
- Alnamira, Karimah, N., Bahari, Musyafa, F., & Siregar, P. A. (2024). Kajian Literatur Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Produk UMKM Berlabel Halal. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v2i4.793>
- Amat, L., & Yusuf, H. (2024). Analisis Perspektif Hukum Dagang Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia Analysis Of The Perspective Of Trade Law In The Development Of Micro , Small And Medium Enterprises (UMKM) IN INDONESIA. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1, 1249–1264. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn%0D>
- Amiliana, D., Fatchurrohman, M., & Wardgani, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Online Dan Offline Dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(2), 51–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.52436/1.jishi.30>
- Andriono, A., & Mulyanti, D. (2023). STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN KOMPREHENSIF UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN : TINJAUAN TEORITIS. *MRI : Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 257–265. https://www.researchgate.net/publication/382839078_
- Ansori, A. R. (2024). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada pedagang ikan hias zen koi parung bogor*. UIN Syarif Hidayatullah.

- Ashar, A. M. (2020). Strategi Pemasaran Repeat Food dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Kota Parepare (Analisis Manajemen Syariah) [IAIN Parepare]. In *Repository IAIN Parepare*. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1747/>
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Perusahaan Dasar, Konsep & Strategi*. Edisi 1 Cetakan ke-14. (Jakarta : Rajawali Pers).
- Anufia, T. A. dan B. (2019). *RESUME: Instrumen Pengumpulan Data*. 1–20. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://osf.io/s3kr6/download&ved=2ahUKEwj9gZaoypWMAxVzwjgGHdjEJJQQFnoECBoQAQ&usg=AOvVaw0Fdyqh5FyM4J1OgDcXUhuT>
- Ayuni, P., & Aslami, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Fulprotek PT . Asuransi Takaful Keluarga dan Bank Muamalat Indonesia. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *XIII*(1), 9–18. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/1185>
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Cahya, A. D., Marthasari, A., Ramadhani, P. A., & Wulandari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta). *Jurnal Daya Saing*, *7*, 144–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.656>
- Cen, C. C. (2022). Pengaruh Stok Produk , Lokasi dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret SM Raja Jl . Deblod Sundoro Kota Tebing Tinggi. *Journal on Education*, *04*(04), 1844–1849. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.4225>
- Damayanti, V. (2025). STRATEGI PEMASARAN BERKELANJUTAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PT . SUN POWER CERAMICS DI ERA DIGITAL : PENDEKATAN INOVATIF DAN PRAKTIS. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA*, *9*(1), 18–45.
- Fajrianti, S. (2020). *Respon Masyarakat Terhadap Produk Makanan Tanpa Label Halal Di Kec. Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang (Analisis Hukum Ekonomi Islam)* [IAIN Parepare]. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1496/>
- Fajrul, M. U. H. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Upaya Peningkatan Laba Perusahaan PT Bumi Sarana Beton Makassar* [Universitas Muhammadiyah]
- Fathoni, M. W. R., & Romdhoni, A. H. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal , Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Cabang Gumpang Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Dan General*,

2(02), 291–295.

- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (M. H. Yuliatr Novita (ed.)). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Firmansyah, A., Lestari, S., Hayatun, Puspitasari, I., Ramdaniah, D. N., Putri, V. L., Hastian, P. W., Sutarya, I. A., Kholik, W. A., Muhaedi, M. M., & Hasan, M. Y. (2025). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing di Desa Ancolmekar. *Aurelia: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 780–786.
- Fitriani. (2022). Konsep Makanan Halalan Thayyiban dalam Q.S. Al-Baqarah:168 Perspektif Quraish Shihab dan Ilmu Kesehatan. *NIHAIYYAT: Journal of Islamic Interdisciplinary Studies*, 1(1), 53–66. <https://ejournal.tmiial-amien.sch.id/index.php/nihaiyyat/index>
- Harmen, H., Indriani, R., Alfahmi, F., Sebastian, A., & Kristin, O. V. (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Labelisasi Halal Terhadap Perkembangan UMKM di Bangkalan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 1516–1528. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i3.22814>
- Haque-Fawzi, M. G., IskIbu/Bapakr, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teorim dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. PT Rajagrafindo Persada. www.rajagrafindo.co.id
- Hildayati, & Putri, F. F. (2025). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di toko indogrosir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 44–50.
- Huda, M. M., Kusumastuti, A. D., & Mutiasari, A. I. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Koi (Studi Kasus Pada CV . Birru Ehas Indonesia). *Jurnal Bina Manajemen*, 13(2), 31–40. <https://doi.org/10.52859/jbm.v13i2.740>
- Husniar, F., Sari, tita R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34. <https://10.55606/jurima.v3i2.2156>
- Ibadurrahman, & Hafid, A. (2022). Pengaruh Cita Rasa , Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya

- Kota Makassar. *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.91>
- Irawan, D. (2019). *Meningkatkan Volume Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu) Lampung Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mebel Karya Mandiri Kabupaten Pringsewu)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Kamil, M. A., & Ridlo, M. R. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing pada UMKM Industri Halal. *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7, 166–177. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syariat.2024.vol7\(1\).13543](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syariat.2024.vol7(1).13543)
- Kasmir, (2017). *Kewirausahaan*, Cet 12, (Jakarta: Rajawali Pers), h.186.
- (KBBI), K. B. B. (n.d.). *Produk*. KBBI.Web. Retrieved March 17, 2025, from <https://kbbi.web.id/produk>
- Lindiawatie, Shahreza, D., & Wati, L. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan Offline Dan Online Produk Fashion Meccanism Sebagai Cara Menarik Konsumen. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2329>
- Lindiawatie, Shahreza, D., & Wati, L. (2024). Analisis Perbandingan Penjualan Offline Dan Online Produk Fashion Meccanism Sebagai Cara Menarik Konsumen. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i1.2329>
- Lubis, A. F., Anggraini, A. M. T., Toha, K., Kagramanto, B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Buku Teks Hukum Persaingan Usaha*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Maarif, M. N., Muhaimin, Munir, S., Rachmadina, A. P., & Azzizah, S. S. N. (2023). Sosialisasi sertifikasi halal dan pembuatan nomor izin berusaha bagi umkm di kecamatan kunduran kabupaten blora. *HUMANITER: Hukum Dan Masyarakat Berbasis Islam Terapan*, 1(1), 27–37. <https://jim.iainkudus.ac.id/index.php/HUMANITER/article/view/2071>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(33). <https://doi.org/https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Merliana, V., & Kurniawan, A. (2016). Pengaruh Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan PT Tahu Tauhid. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 217–242. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/16>
- M, Hasrani. (2018). *Analisis Saluran Disrtibusi Produk Pada PT. London Sumatera*

di Kabupaten Bulukumba. Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Mulyanto, D., & Budi, A. P. (2025). PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL DAN KINERJA UMKM: DUKUNGAN FAKTOR LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 301–313. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk>
- Mustaqim, D. Al. (2023). Sertifikasi Halal Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen Muslim: Analisis Maqashid Syariah dan Hukum Positif. *Ab-Joice: Al Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 54–67. <https://jurnal.staialbahjah.ac.id/index.php/ab-joiec/article/view/26>
- Nabila, N. I. (2024). *Analisis Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing pada Pelaku UMKM Industri Halal Food di Kota Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Nurdiyana, V. (2023). *Anlisis Strategi Pemasaran dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Penjualan di Pasar Loak Mangli*. UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
- Nurul, M. Z., Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITALISASI. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Porter. *Competitive Strategy : Techniques For Analyzing Industries and Competitors*. New York : Free . dalam Agustian, Efandri dkk. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi*. Jurnal Manajemen dan Sains. Vol.5 No.2. <https://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/192>
- Prihanto, S. P., & Inggris, P. B. (2021). *Penggunaan Teknik Numbered Heads Together Dalam Mengajar Pemahaman Membaca*. 169–177.
- Purwanza, S. W., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi* (N. A. Munlbu/Bapakr (ed.); Issue August). CV. MEDIA SAINS INDONESIA Melong Asih Regency B40.
- Qolbi, N., Darma, N., & Kader, M. A. (2022). Penentu Keunggulan Bersaing: Peran Pemasaran Langsung dan Kualitas Produk (Studi Pada Perusahaan Gorong-gorong di Kota Banjar dan Ciamis). *PJEB: PERWIRA JOURNAL OF ECONOMY & BUSINESS*, 2, 1–23. <https://ejournal.unperba.ac.id/index.php/pjeb/article/view/123>
- Ramdani, S. H., & Supriyat, F. (2014). Analisis Faktor Eksternal dan Internal untuk Menentukan Strategi Pemasaran pada CV Certowin Multi Trading

Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi (JIMAFE)*, 48–55

- Reppi, L. V. Y., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2021). Bauran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Grabfood (Study Pada Pengguna Jasa Grabfood Di Kota Manado Pada Masa Pandemi Covid-19) The Influences Of *Promotion* Mix And Service Quality On Grabfood Purchasing Decision (S. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1482–1490. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35807>
- Reza, F., Santoso, B., & Dewi, E. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Mini Market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *International Journal of Social Science and Business.*, 4(2), 301–307. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Robani, D. Q., Wisanggeni, D. H., Pratama, Y. A., & Saleh, M. Z. (2025). Strategi Pemasaran Global pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk : A Literature Review. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 4, 219–230. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i1.3499>
- Robiyah, N., Soraya, I., & Pratiwi, C. Y. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Rabando Meningkatkan Brand Awareness di Instagram Group Dalam Meningkatkan Brand Awareness di Instagram. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 5(2), 1080–1107. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6997>
- Roesdiono, E., & Firdaus, A. S. (2023). Dampak Strategi Branding terhadap Keputusan Pembelian Dans Butter. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2010), 21421–21429. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/9696> Setyawab
- Romadoni, I. M., Hidayat, D., Andriani, R., & Rinawati. (2024). PEMASARAN DIGITAL USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BATA MERAH DI DESA LINGGAMUKTI. *Journal of Digital Coummunication and Design*, 3, 116–129. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jdcode/article/view/1868>
- Rombo, Y. R., Waani, F. J., & Lesawengen, L. (2022). Dampak Media Sosial Terhadap Penjualan Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sanda Bilik Kecamatan Makale Selatan Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3), 1–9
- Safitri, A. E. (2019). *Karakteristik Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa)* [Universitas Negeri Makassar]. <https://eprints.unm.ac.id>
- Saharuddin, Amrullah2, Xyla, G., & Hidayatullah, M. T. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Umkm Perikanan Olahan : Peluang Ekspor Dan Tantangan

Operasional. *Mars Journal*, 5(1), 8–21.
<https://jurnal.ilrscentre.or.id/index.php/mars>

Setyawan, D. A. (2024). *Pengembangan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif di Koperasi Karyawan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Tengah dengan Metode Analisis SWOT* [Universitas Sultan Agung Semarang]. <http://repository.unissula.ac.id/37065/>

Sianturi, C., & Simanjuntak, J. M. (2021). PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN LAHAN DI PT . KAWASAN INDUSTRI MODERN (PERSERO) MEDAN. *JISPOLL : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1, 205–224.
<https://doi.org/10.51622>

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sukri. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Digital dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru di STIE Dharma Agung Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 1674–1680.

Swabawa, A. A. P., Meirejeki, I. N., & Pemayun, I. D. G. A. (2020). Strategi Pengembangan dalam Mengatasi Kelesuan Penjualan Kerajinan Perak di Kabupaten Gianyar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2, 26–40. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>

Tafonao, Y. K., Batee, M. M., Kakisina, S. M., & Mendrofa, Y. (2025). Strategi Pemasaran dan Distribusi Dalam Ritel Besar Studi Kasus di CV Perindo Kota Gunungsitoli. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika (JUPUMI)*, 4, 149–161. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jupumi.v4i2.3793>.

Taqwa, F. R. A.-K. L., Sarita, B., & Sujono. (2025). Analisis Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Usaha. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 471–481. <https://homanis.uho.ac.id/index.php/journal>

Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 59–67.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/24404>

Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/35354>

- Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Sri Rizqi Wahyuningrum, Yusup, M., Inderawati, R., & Muqoddam, F. (2022). *RAGAM ANALISIS DATA PENELITIAN (Sastra, Riset, dan Pengembangan)* (S. R. Wahyuningrum (ed.)). IAIN Madura Press.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Pertama). CV Multi Pustaka Utama.
- Ulya, K., Aminuddin, F., Shohifah, L., & Rohmah, Z. (2020). Sertifikasi Produk Halal pada Produk Non Pangan dalam Perspektif Masalah. *JURNAL ALSYIRKAH (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 1, 88–97. <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/syirkah/article/view/3982>
- Warto, & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 2, 98–112. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN PERAN SERTIFIKASI HALAL. *Sebatik*, 27(1), 398–406. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>
- Widodo, T., & Setyawan, A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UMKM OLAHAN SINGKONG DAN UBI “ YASKA 57 ” TINGKIR SALATIGA. *Among Makarti: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 36–51. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/409>
- Wijaya, H. (2022). Pengaruh Penjualan Produk Dead Stok oleh Sales Terhadap Penjualan BN di PT. Nusantara Sakti. *Jurnal Bisnis Digital Dan Sistem Informasi*, 26–32. <https://ejr.umku.ac.id/index.php/BIDISFO/article/view/1803>
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 01(03), 175–190. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/6996>
- Wijayanti, R., & Meftahudin. (2018). Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal , Metode Istibath dan Ijtihad dalam menetapkan Hukum Produk Halal. *International Journal Ihya’ ‘Ulum Al-Din*, 20(2), 241–268. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/ihya/article/view/4048>
- Yulianingsih, Gunawan, R., & Meliawati, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Umkm Makanan Ringan Berpemasaran Digital Di Kota Bogor. *Inovasi Manajemen Bisnis*, 6(4), 1–15. <https://journalpedia.com/1/index.php/imb>

- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1299–1307. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>
- Zubaida, S., Riani, A. L., & Arif, A. (2023). Dampak Positif Digital Marketing Dalam Meningkatkan Perekonomian Pengrajin Bubut Kayu di Kecamatan Kasiman Kabupaten Bojonegoro. *Publikasi Ilmiah UNWAHAS*, 268–277