

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 5(1). <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Andrian, M. (2021). Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kerjasama Pada Karyawan di PTP Nusantara V Kebun Sei Pagar Pekanbaru. *Universitas Medan Area*.
- Arifa, I., Choiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, & Panggabean, N. A. (2025). *Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Nasional*. 4(4), 5376–5385.
- Budiman, S., & Faujiah, A. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Berdasarkan Nilai Ekonomi Islam*. 01(02), 119–124.
- Cahyani, R. N., Budiman, E. W., Widiatmanta, J., & Sativa, R. D. O. (2024). Strategi Pemasaran Tape Singkong Di UMKM Jaya Lestari Desa Bendowulung Kecamatan Sanankulon Kabupaten Blitar. *Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Balitar*.
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1). <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>
- Fawzi, H., Marissa, G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Book.
- Global, R., Allo, Y. T., & Duryana. (2024). *Bulletin of Community Engagement*. 4(2).
- Herawati, A. (2025). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan*. 7(IX).
- Hidayatullah, M., & Anisah, H. U. (2024). *Adaptasi Pasar terhadap Tren Makanan Viral di Banjarmasin , Kalimantan Selatan : Peluang Bisnis bagi Wirausaha Kuliner Lokal*. 2, 70–92.
- Indriyanti, A. N. (2025). *Data UMKM Indonesia 2025: Panduan Lengkap & Insight Terbaru yang Perlu Kamu Tahu*. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/data-umkm-indonesia-2025-panduan-lengkap-insight-terbaru-yang-perlu-kamu-tahu>
- Junaidi, M. (2024). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. kementerian keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data->

publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16 ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan.

Kotler, P., & Keller, K. lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Lee, N. R., & Kotler, P. (2023). *Succes in Sosial Marketing* (1 ed.). Routledge.

McCarthy, J. E. (1960). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, IL: Irwin.

Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>

Mansyur, Z. (2020). Implementasi Teori Maqashid Syari'ah Asy-Syatibi dalam Muamalah Kontemporer. *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*, 11(1), 67–92.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Nardo, L., & Prasetyo, B. (2021). Pengaruh iklan di media sosial instagram terhadap minat beli masyarakat pada e-commerce. *jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi*, 8(1), 433–448. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.234>

Nurbaiti, N., & Fitry, S. (2019). Analisa Persaingan Pasar Terhadap Penjualan Tapai Di Kampung Tapai Gambut. *Kindai*, 1(1). <https://doi.org/10.35972/kindai.v1i1.285>

Ridwan, A. (2025). *Pengaruh UMKM Dalam Perekonomian Daerah*. kementrian keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/tanjungseler/id/data-publikasi/artikel/3024-pengaruh-umkm-dalam-perekonomian-daerah.html>

Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., Solihin, E. H., Kunci, K., Online, I., Online, P., Minat, D., & Konsumen, B. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 2685–6972. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>

Sinaga, D. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. In Aliwar (Ed.),

Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. Universitas Kristen Indonesia.
<https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>

Sugiono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 5 ed.). Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, CV.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1 ed.). Andi Publisher.

Utami, A. D., Devi, K., Anggria, K., Eddy, A. A. N., & Gorda, S. (2023). *PANJER MELALUI PENGEMBANGAN MEDIA PEMASARAN BERBASIS DIGITAL*. 6(1), 1–5.

Yessica, D. F. (2019). Penerapan Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Rangka Peningkatan Penjualan Mebel Pada “Ud. Jati Agung” Kutukulon – Jetis – Ponorogo. *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*, 6(2).

Yustika, N. (2024). Potensi dan Kontribusi Tapai Gambut sebagai sumber pendapatan Masyarakat gambut. *Ayan*, 9(1).