

BIBLIOGRAPHY

- Arikunto,S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Revise Edition). Rineka Cipta.
- Assauri,S. (2015). *Manajemen Pemasaran* (3rd Ed). Rajawali Pers.
- Badan Pemeriksa Keuangan. [Peraturan Perundang-Undangan] Undang-Undang UU Nomor 20 Tahun 2008 tanggal 04 Juli 2008. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>. [accesed : 28 November 2025].
- Bahri, S. (2025). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P) dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*. 5 (-2), 1807-1911.
- Cresswel, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fatihudin,D., & Firmasnyah, M.A. (2019). *Manajemen Pemasaran: Strategi Pemasaran, Analisis Kasus & Kewirausahaan*. Deepublish.
- Handika. A. D. S., Ramadhan. M. R. A., Evanthy, A. (2023). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Pertenakan Lebah di UMKM Madu Lebah Klanceng di Desa Talang Kabupaten Nganjuk. *JURMA : Jurnal Riset Manajemen*, 1 (03), 196- 202.
- Kharisma,A. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Vokume Penjualan (Studi Kasus Pada UMKM Produksi Tas Zamano). Universitas Semarang.
- Kotler,P.,& Amstrong,G. (2018). *Principle's of Marketing*. Erlangga
- Kotler,P.,& Keller, K.I. (2016). *Marketing Management*. Pearson Eduction.
- Krisyantono,R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Skripsi, Thesis, dan Disertasi*. Prenadamedia Group.
- Kusumaningrum, D. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk pada Toko Batik Benang Raja Semarang*. Universitas Semarang.
- Kwartono,M. (2009). *Kiat Sukses Berbuur Modal UMKM: Usaha Mikro Kecil. Raih Asa Sukses*.
- Moleong,L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mongdong, V.G., Rengkung, L. R., & Kaunang, R. (2022). Perencanaan Strategi dari Aspek Marketing Mix UMKM Kuliner Kecamatan Wanea dalam Masa Pandemi Covid-19. *Agri Sosioekonomi*, 18 (3), 811-822.

- Permata,I. (2024). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Penjualan Produk Camilan OKY di Desa Sumbersari Kecamatan Srono Kabupaten Bayuwangi*. Universitas Islam Negeri Jember. Jember.
- Pradana,M.D. (2022). *Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Studi Kasus pada UMKM Pengrajin Teh Secang di Desa Sidomulih Kabupaten Banyumas*. Universitas Islam Negeri Prof. Kiai Haji Saifudin Zuhri.
- Putri. T. P., Anggraini.T., Harahap. R. D.(2023). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tennis (Teh Nikmat Sidamanik). SYARIKAT : *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. 6 (01).
- Regina, T., Sugiyono., & Hendriyani,M. (2025). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner. *Kompleksitas:Management Journal, Business and Orgaization*, 14(01), 7-17.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Taufiqurrohman, M., Khristianto, W., Wahyudi, E. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran pada Kopixel. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 3 (01), 1-12.
- Tjiptono,F., Diana,A. (2020). *Pemasaran Strategis*. Andi Publisher.
- Zulaikha,U. (2020). *Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sekararum Fashion Semarang*. Universitas Semarang.
- Zulfa. I., Hariyani. T. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Multidisiplin Madani*. 2 (01), 299- 314.

