

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2).
- Afipah, L. N., & Silviana, B. (2025). Pengaruh Kebijakan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT . Mandiri Sukses Lestari Padangsidempuan. 3(1), 5.
- Aini, Q. (2025). *Integration of Artificial Intelligence in Digital Marketing Strategies Based on Business Data Analytics Integrasi Kecerdasan Buatan dalam Strategi Pemasaran Digital*. 6(1), 12–20.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). The idea of sharia marketing is rooted in worship of God and places an emphasis on the well-being of all people without giving special attention to the interests of some groups or individuals. As long as the rules are followed and there are no exceptions,. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444.
- Ariefiantoro, T. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu)*. 19(1), 76–82.
- Arifin, M. Z. (2022). *ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada CV. Karya Apik MAN 3 JOMBANG)*. 3(2), 4873–4886.
- Aris Ariyanto. (2022). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*.
- Armstrong, G. (2024). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*. 1–63.
- Aronaga, P. (2026). Manajemen Bisnis. *Jakarta: PT Rineka Cipta*, 230–231.
- Aulia, R. N., & Amaliah, I. (2025). *Kesiapan Masyarakat Kabupaten Sumedang dalam Melakukan Pembayaran Pajak Secara Digital Melalui Aplikasi SIAPDOL*. 9–18.
- Bawana, T. A. (2023). *Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Di Surabaya Sharia Marketing Strategy in Increasing the Competitiveness of Cracker MSME in Surabaya Pendahuluan Usaha Mikro , Kecil dan Menengah ( UMKM ) memiliki peranan penting dan st*. 1–18.
- Bisnis, S., & Era, D. (2025). *Strategi Inovasi dan Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya*. 3(1), 24–29.

- Budiawan, W. (2023). *Analisis Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi pada House of Moo , Semarang )*.
- Carolina, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2025). *Pengaruh Marketing Mix ( 7P ) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar di Malang*. 18(12), 51–60.
- Deri, R. R., Dida, M., Golfantara, D., & Ramadani, S. A. (2025). *Peran digital marketing dalam pengembangan usaha berbasis teknologi untuk optimalisasi strategi pemasaran UMKM The role of digital marketing in developing technology-based businesses to optimize MSME marketing strategies*. 6, 9–18.
- Dilibra, I., & Kota, B. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Usaha Bolu Bunda Kota Pekanbaru*. 22(01), 168–178. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>.
- Ditha Liestya Rini, dan D. S. L. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Pada UD. Keripik Pakde)*. 7(12).
- Eko Holman Pasaribu. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Dagang Pasaribu Pematang Siantar*. 1(3), 61–66.
- Ekonomi, F., & Humaniora, M. (2025). *Progressus Humanitatis Progressus Humanitatis*. 112–121.
- Fadjrin, I. C., Kurniawan, A., & Rahmi, V. A. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Frozen Food UD . Family Food di Pasar Internasional*. 7(2). <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2386>
- Fathoni, M. H., & Faslah, R. (2025). *Pengertian dan Manfaat Produk Halal bagi Konsumen*. 02(04), 2473–2477.
- Fatmawati, N., Zunaidi, A., Septiana, A. Y., Maghfiroh, L., Pinkytama, N. R., & Yunita, L. (2025). *Meningkatkan daya saing usaha lokal melalui literasi dan pemanfaatan e-commerce*. 8(204), 375–390. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i2.22691>
- Firman, A. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah*. *Jesya*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.773>
- Hakim, M. R. (2025). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UMKM KULINER DI ERA MEDIA SOSIAL*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(5), 161–170. <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i5.2058>

- I Gusti Ngurah Willy Hermawan. (2025). *Dampak Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Anti Karat Mobil*. 15, 45–56.
- Indah, C. L. (2025). JURNAL EKONOMI , MANAJEMEN , BISNIS DAN SOSIAL Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan. *URNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL (EMBISS)*, 5, 130–136.
- Indriastuti Kusuma Mardiyani, Dra. Kismartini, M.Si, Titik Djumiarti, S.Sos, M. S. (n.d.). *Pengaruh Motivasi dan Persepsi Pegawai tentang Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri 21 Surakarta*. Universitas Diponegoro.
- Indriyati, I. N. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN PT HOME CREDIT INDONESIA*. 4(2), 261–270.
- Jurnal, E., & Ekonomi, I. (2025). *Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital*. 18(1), 289–299.
- Jurnal, J., Mea, I., & 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 ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. 9(1), 18–45.
- Ladiku, A. T. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL MENENGAH ( UKM ) ( Studi kasus pada Usaha Telur Ayam Kampung Salma di Manado ) SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ( IAIN ) MANADO*.
- Laiya, N. P. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4 . 0 di Kelurahan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(April), 1–13.
- Latifah, F. N., Maika, M. R., & Ariyanti, N. (2019). Pkm Geo Umkm Desa Kenongo. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 259–266. <https://doi.org/10.12928/jp.v3i3.756>
- 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. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>
- Lily Apriyanti. (2025). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKOPEDIA ( Studi Kasus Penduduk Muaro Jambi ) Skripsi*.
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Media Online

Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang Dan Kripik Sukun Di Desa Cendoro Kec. Palang Kab. Tuban. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 1–5.  
<https://doi.org/10.30651/jms.v3i2.2550>

- Marsya, A. (2025). STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KERIPIK PISANG “MERASA” DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(1), 39–51.
- Mas, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). *Place , Promotion ) Pada Pt . Haluan Riau*. 5(2), 79–86.
- Masliha, N. U. R. (2024). *UD AMANAH DI DESA SUMBERJATI KECAMATAN SILO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*.
- Mirna. (2025). *Wawancara dengan Pemilik Usaha UKM Keripik Bawang Marhamah*.
- Mu'nim, M. (2019). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN SYARIAH DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK PT. BERKAT MUKMIN MANDIRI SIDOARJO*.
- Nasution, D. M. (2025). *Jurnal Keilmuan dan Penggunaan Terhadap Sistem Teknik Industri Jurnal Keilmuan dan Penggunaan Terhadap Sistem Teknik Industri*. 4(52).
- Nofus, N., Safitri, D., & Astuti, D. (2025). *Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Transformasi Teknologi*. 12(01), 1526–1530.
- Nong, Y., Suryo, A., Rangga, Y. D. P., Meylano, N. H., Nusa, U., Maumere, N., Nusa, U., & Maumere, N. (2025). Strategi Pemasaran Kartu Kredit PT . Bank Negara Indonesia ( Persero ) Tbk . Kantor Cabang Maumere. *Projemen UNIPA*, 12(1).
- PEBRIANI, N. (2023). *Strategi Pemasaran Usaha Kue Semprong Di Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara*.  
<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/8234/1/Skripsi Nisa Pebriani.pdf>
- Prabowo, H., & Casandra, H. (2024). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Produk, Desain Produk dan Promosi. *Buletin Bisnis Dan Manajemen*, 11(01), 24–31.
- Putri, R. A. A. (2025). *Analisis Bauran Promosi dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Toko Kue Enggal Jaya Group Universitas Teknologi Digital Bandung , Indonesia*. 5.

- Putri Rozita. (2025). *Economics and Digital Business Review*. 7(1), 365–373.
- Qomariah, N. (2020). Marketing. In *Cahaya Ilmu*.
- Rahmawati, S., Aisyah, S., Andarwati, T., Ainniyah, U. N., & Harning, T. (2025). *Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare*. 3(1), 126–132.
- Ristanti. (2025). KONSISTENSI STRATEGI PEMASARAN DALAM Mendukung Penciptaan Bisnis UMKM Berkelanjutan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(4), 1065–1076.
- Sari, N. I. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM pada Bakpia Eka Tulungagung*. 113.
- Septi, D., Illahi, R., Aurellyya, S. N., & Hafit, M. N. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Sambel Mbegor di Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 4(2), 238–251.
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran ( Marketing Mix 7p ) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado Consumer Perception Analysis On Aspects Of The Marketing Mix ( Marketing Mix 7p ) On Black Cup Coffee Roaster In Manado City*. 18(September), 699–708.
- Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), 37–44.  
[https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Strajhar, P., Schmid, Y., Liakoni, E., Dolder, P. C., Rentsch, K. M., Kratschmar, D. V., Odermatt, A., Liechti, M. E., Ac, R., No, N., No, C., Oramas, C. V., Langford, D. J., Bailey, A. L., Chanda, M. L., Clarke, S. E., Drummond, T. E., Echols, S., Glick, S., ... Mogil, J. S. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Pada UMKM Nasi Liwet Bang Sahman. *Nature Methods*, 7(6), 2016.  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26849997>  
<http://doi.wiley.com/10.1111/jne.12374>
- Subhaktiyasa, P. G., Ayu, S., Candrawati, K., Sumaryani, N. P., & Sunita, W. (2025). *Penerapan Statistik Deskriptif: Perspektif Kuantitatif dan Kualitatif*. 96–104.
- Sukotjo, H. (2020). *Analisa Marketing Mix-7P ( Produk , Price , Promotion , Place , Partisipant , Process , dan Physical Evidence ) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. 1(2), 216–228.
- Teknologi, J., Dan, P., Jtpp, P., Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). *Pendekatan*

*Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran ( JTTP ). 02(03), 793–800.*

Utami et al., 2022. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Pada Toko Pkk Desa Simpang Tiga Kec. Sawit Seberang Kab. Langkat. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 11–18.

Utarsih, H., Vidyastuti, H., & Sari, W. P. (2019). Strategi Peningkatan Penjualan Keripik Bawang Sakinah Cimahi Melalui Perluasan Pasar Baik Online Maupun Offline Dan Analisis Penggunaan Sdm. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 4(1), 372–376. <https://doi.org/10.52250/p3m.v4i1.160>

Waruwu, M., Natijatul, S., Utami, P. R., & Yanti, E. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif : Konsep , Jenis , Tahapan dan Kelebihan*. 10, 917–932.

Wibowo, A. (2023). *Analisis bisnis*.

Wilaga, B. A. (2025). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM DI JEMBER : ADAPTASI DAN TANTANGAN*. 4(2), 252–260.

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>

Yosef, K., Siagian, A., Hasibuan, A., Gultom, C. R., Studi, P., Bahasa, P., Keguruan, F., Pendidikan, I., Katolik, U., & Thomas, S. (2025). *PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN EXPERIENTIAL LEARNING DALAM MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENULIS TEKS LAPORAN HASIL OBSERVASI*. 10(September), 321–346.