

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen: Dasar, Konsep dan Strategi*.
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Febrina, R. (2022). Persaingan Usaha pada Era Digital Menurut Persepektif Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Karya Ilmiah Multidisiplin (JURKIM)*, 2(1), 121–127. <https://doi.org/10.31849/jurkim.v2i1.9309>
- Hamidah, M. (2023). Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy Nasi Tumpang: Halal Food Dan Pendongkrak Ekonomi Masyarakat Kediri. |, 34(1), 2776–7434. <https://doi.org/10.21274>
- Haque, M. G., & Fawzi. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hariyono, dava fadilah, P, I. D., & Paramitha, D. A. (2023). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada usaha mikro ud. al mubarakah pare*.
- 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. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hofifah, S. (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)
- Hulu, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*,

6(2), 16–25.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Defining Marketing for the 21st Century. *Marketing Management*, 24–53.
- Kuswanto, J., Putra, A. P., Ambarwati, A. P., Diva, S., Dewi, N. K., & Agustia, D. N. (2025). *Penguatan Strategi Pemasaran Melalui Media Digital Pada UMKM Pohsarang Pao Kelurahan Pocanan Kota Kediri*. 2(1), 592–601.
- Luthfi Adela, M., Bian Raharjo, I., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., & Timur, J. (2024). *Simposium Manajemen dan Bisnis III Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN BENIH PADA CV HALBANERO*. 3.
- Maximillian, S., Fauji, D. A. S., & Sardanto, R. (2022). *Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Rangka Menciptakan Competitive Advantages Pada Produk Sambel Pecel Di Kota Kediri*. 8.5.2017, 2003–2005.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nadila, D. (2023). Identifikasi Segmen, Target Dan Penentuan Posisi Pasar. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 104–109. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Nadya, M., Soewarno, Y., & Nirawati, L. (2020). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Griya Manik di Desa Plumbon Jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 21–30.
- Ni'mah, E. U., Palupi, N. D. A., & Irmayanti, E. (2024). *Analisis Konsep Strategi Pemasaran Umkm Kuliner “ Boona Dimsum ” Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Menghadapi Persaingan Bisnis Dikota Kediri*.
- Nopriyantoro, D., Subagyo, & Widodo, M. W. (2023). Keunggulan Bersaing Memediasi Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2(1), 814–825.

- Novitasari, I., & Ratnanto, S. (2023). Strategi Inovasi Produk Keripik “Zaha” Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Kabupaten Nganjuk. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen-FEB UNP Kediri*, 2, 1114–1122.
- Pamungkas, B. A., Endra, E. D. N., & Raharjo, G. D. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Studi pada UMKM Boneky. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.37535/104002120225>
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi promosi yang efektif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Karimuddin, Aminy, M. H., Saputra, N., Khaidir, & Jahja, A. S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (S. Nanda (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rauf, A. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (E. S. Romindo (ed.)). Insania.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran* (Ansar (ed.)). Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (A. Offset (ed.)).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset.
- Yuliani, B. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Warung Nasi Pecel Lele Ibu Miftha*. 1–7.