

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); 1st ed.). Syakir Media Press.
- Anisah. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Inovasi Dan Kreasi Guna Meningkatkan Penjualan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 246–252.
- Anita, S. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 352. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3912>
- Ayu, C. S., & Sulistyowati, R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Competitiveness Berbasis Industri Kreatif Subsektor Kuliner Pada Kampung Umkm Kreatif Di Surabaya. *Niagawan*, 10(2), 184. <https://doi.org/10.24114/niaga.v10i2.25508>
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., Yuliani, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Y. Umayu (ed.)). Ahlimedia Press.
- Farras Nasrida, M., Pandahang, A., & Febrian, D. (2023). Perkembangan UMKM Di Indonesia Dan Potensi Di Kota Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1).
- Ferdinand, D. Y. Y., & Tresyanto, C. A. (2020). *Strategi Pemasaran UMKM*. CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Haqee-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Lando Massora, J., Batara, M., & Pundissing, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kabupaten Tana Toraja. *Journal Of Social Science Research*, 4(c), 10784–10799. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.9032>

- Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 935–945. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/1dzvze69>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Mukti, D. R. G., Samari, & Sardanto, R. (2023). Analisis harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada cv nagha asmara. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 170–179.
- Novitasari, Trinura, A. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9.
- Nurafni Octavia, A., Septiyani, I., Ayu Anggraini, I., & Anggun Mayasari, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Keripik Gedeboek Pisang di Blora. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3(3), 281–289.
- Pamungkas, B. D. (2024). *Kilisuci International Conference on Economic & Business Differentiation Of Marketing Strategies To Increase Sales Volume CGV Kediri Mall Kilisuci International Conference on Economic & Business Vol . 2 Tahun 2024*. 2, 621–631.
- Prakasa Hasibuan, R., Aprila Safira, N., & Teknik, F. (2024). Penentuan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Distributor Makanan Ringan. *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 6(1).
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas

- Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Purnomo, H., Soejoko, D. K. H., Ratnanto, S., & Zaman, B. (2023). Peran Harga, Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lotus Garden & Resort Kediri. *MANOVA*, 6, 169–183.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15642/manova.v6i2.1334>
- Putri, M. A., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 4, 431–444.
[https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)
- Rahajeng, Y., Bahri, M. S., & Prastiia, I. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(2), 117–124. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i2.1136>
- Raharjo, T. W., & Rinawati, H. S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*.
- Ridwan Zaelani, I. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders*, 3(1).
- Romi Saputra, Aswan, M., & Muhammad Noor Armi. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 428–433.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.698>
- Sulistiyani, & Pratama Aditya. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3, 31–39.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Ulfah, F., Nur, K., Safitri, Y., & Evanita, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2).
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara

dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08.
<https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>