

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Putra, D., Ruwana, I., & Indriani, S. (2024). Pengaruh Pemasaran dan kualitas produk Terhadap Penjualan Ayam Geprek Mak Ti di Kebonagung Malang. *Jurnal Valtech*, 7(1), 245–250. <https://doi.org/10.36040/valtech.v7i1.9398>
- Afandi, R., Sibuea, S. R., Novarika, W., & Nasution, S. P. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Tahu Sumedang dengan Menggunakan Metode 4P Guna Meningkatkan Penjualan di UD Tahu Sumedang 5 Bersaudara. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 1(2), 39–46. <https://doi.org/10.56211/factory.v1i2.178>
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venzan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Alexandra, C., & Eriandani, R. (2022). Pengaruh Kekuatan Pasar dan Persaingan Industri Terhadap Hubungan Tata Kelola Perusahaan dan Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 22(1), 30. <https://doi.org/10.20961/jab.v22i1.692>
- Alimah Nur, & Atik Lusia. (2023). Pengaruh Strategi Marketing Mix (4P) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukoharjo). *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(2), 102–115. <https://doi.org/10.56338/jsm.v11i2.2821>
- Andirwan, A., Asmilita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi pemasaran digital: Inovasi untuk maksimalkan penjualan produk konsumen di era digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.62861/jimat%20amsir.v2i1.405>
- Arianzah, A. T., Indriani, W., Listyaningsih, E., Mufahamah, E., & Harun, H. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Di Kabupaten Lampung Barat). *Jurnal Jejama Manajemen Malahayati*, 3(1), 189–202. <https://doi.org/10.33024/jejama.v3i1.12322>
- Aswita, D., Takdir, N. A., Pada Soa, C. A., & Ananda, O. T. (2025). Edukasi Dan Pelatihan Pembuatan Nugget Berbahan Dasar Tahu Dan Sayur: Inovasi Pangan Lokal Bergizi Dan Terjangkau Bagi Rumah Tangga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 5(2), 376–384. <https://doi.org/10.36985/17pj7v19>
- Duryadi, M. (2025). Model Analisis Jalur (Path Analysis): Penelitian Teologi Terapan Kausalitas Kuantitatif. *Jurnal Teologi Injili Dan Pendidikan Agama*, 3(4), 151–169. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jutipa.v2i4.378>
- Ghozali, I. (2016). Buku aplikasi analisis multivarite dengan program IBM SPSS

23. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Buku Aplikasi Analisis.*
- Gumelar, M. F., & Wibowo, W. A. (2025). Pengaruh Pemasaran Dan Promosi Digital Terhadap Penjualan UMKM Melalui Platform Kalyubi Digital. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(9). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i9.5052>
- Gunawan, D. G. (2022). Pengaruh Label Halal, Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Safi Melalui Brand Image Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 815. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4508>
- Hakimah, E. N., Lukiani, E. R. M., Surindra, B., Prastyaningtyas, E. W., Arifin, Z., Afandi, T. Y., Irmayati, E., Valenta, P., Maulana, V. C., & Pangestu, T. (2024). Revitalisasi Tape Wonojoyo : Transformasi Kualitas dan Pemasaran Melalui Inovasi Kemasan Dengan Re-Branding di Era Industri 4.0. *Abdimas Akademika*, 5(02), 187–199.
- Hidayat, Y. A., Purnamasari, E., Wahyuni, S., Astuti, R. D., & Supaya, S. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Pada Kinerja Pemasaran: Proposisi Nilai Sosial Produk Sebagai Variabel Mediator. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(11), 1917. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i11.p04>
- Iqbal Saladin Harahap, Murtianingsih, & Mohammad Bukhori. (2025). Determinan Faktor Peningkatan Penjualan Industri Kreatif di Jawa Timur. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 604–624. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1381>
- Irawati, Z., & Setiawan, D. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 657–663. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i3.517>
- Iskandar, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 75–89. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43909>
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, N., & Efdison, Z. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Karina, M., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Konveksi Desa Legok. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), 87. <https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.11882>
- Khairunnisa, T., Yulia, Y., & Atmaja, E. J. J. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran

- Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Tahu (Studi Kasus: UMKM Rumah Tah Kabupaten Bangka Barat). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 820. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.33>
- Khasanah, D. R., Sunarto, S., & Prabowo, E. S. (2021). Pengaruh kegiatan Pemasaran terhadap Peningkatan Hasil Produksi Jamur Tiram. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 3(2), 62–73. <https://doi.org/10.53950/jma.v3i2.82>
- Khumairo, H. (2025). The Role of MSMEs in Driving Economic Growth and Income Equality in Indonesia: Peran UMKM dalam mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan pemerataan pendapatan di Indonesia. *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 22–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.55043/ekonomipedia>
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management* (Sixteenth). Harlow, England. Pearson Education Limited.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Lailla, N., Tarmizi, I., & Septiani, W. M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM Di Tengah COVID 19 Studi Kasus Di UMKM Depok. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 20(1), 77–88. <https://doi.org/10.52330/jtm.v20i1.51>
- Liharman Saragih, S. E., Indri Hapsari, S. E., Andina Dwijayanti, S. E., Louis Soemadi Bopeng, S. E., Nurlaili Rahmi, S. E. I., Lelo Sintani, M. M., Erna Susanti, S. E., Pandith Aribowo, M. M., Ir Nico, D. D., & Hastin Umi Anisah, S. E. (2025). *Manajemen Pemasaran Efektif Untuk Meningkatkan Penjualan*. Batam : CV Rey Media Grafika.
- Luange, J., & Tiakoly, K. (2025). Peran Umkm Dalam Menggerakkan Ekonomi Indonesia. *IQRA: Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 4(2). <http://jurnal.iai-assiddiq.ac.id/index.php/iqra/article/view/64/53>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Muniarty, P., Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., Noor, A., Guntarayana, I., Sari, R. K., & Sihombing, C. M. (2022). Manajemen Pemasaran. *PT. Global Eksekutif Teknologi. Sumatera Barat*.
- Nugraha, G. C. (2025). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media*

- Marketing Terhadap Minat Beli menggunakan Metode Regresi Linear Berganda (Studi Kasus: Footlabels).* Yogyakarta :Universitas Islam Indonesia. dspace.uui.ac.id/123456789/58751
- Nur Faizah, E., & Majid, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 54–64. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.130>
- Nurbakti, R., Beddu, M., & Runtu, M. R. G. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT JNE Express Cabang Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(3), 234–241. <https://www.journal.stieamsir.ac.id/index.php/man/article/view/78/64>
- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online di Era Globalisasi. *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1(2), 92–108. <https://doi.org/10.46773/djce.v1i2.329>
- Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Dengan Memanfaatkan Teknologi Digital Sebagai Upaya Menghadapi Revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*. 2:1., 2(1), 281–285. <https://doi.org/10.21070/picecrs.v2i1.2382>
- Purwanza, S. W. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi*. Bandung : Cv. Media Sains Indonesia.
- Putri, D. K., Fachri, F. N., Andini, F. T., & Suhairi. (2024). View of Pemasaran dan Riset Pemasaran Global_ Konsep, Manfaat, dan Tantangan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9, 1. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21360>
- Sandy, W. M., & Susillowibowo, J. (2024). Dampak Diversifikasi Produk Berbasis Augmented Reality Terhadap Peningkatan Penjualan dan Pertumbuhan Laba UMKM Gedebug . IDN Surabayaa Program Studi Pendidikan Akuntansi , Universitas Negeri Surabaya , Indonesia 12 Co. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 9(3). <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- Santoso, R. P. (2024). the Influence of Product Quality Dimensions on Customer Satisfaction Rawon Gragal Typical Trenggalek East Java. *Journal of Humanities and Social ...*, 2(1), 249–257. <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/article/view/262>
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Siburian, B., & Saputra, H. (2024). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan UMKM Kota Medan.

- Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 207–215.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i3.1130>
- Sinarwati, I., & Musthofa, M. A. (2024). *Strategi Pemasaran Cerdas: Meningkatkan Penjualan Produk Udang pada Industri Rumah Tangga*. Zabags Qu Publish Kabupaten Tanjung Jabung Timur.
- Siregar, E. (2022). *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Soemadi, R. R. A. (2023). Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian fried chicken home delivery. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(2), 189–197.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jkin.v20i2.13182>
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). e-Commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273–281.
<https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i2.967>
- 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>
- Sritini, N. K. I., & Yulianthini, N. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Social Media Marketing melalui Marketplace Facebook terhadap Volume Penjualan Buah Desa Bulian. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 531–536. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59057>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2022a). *METODE PENELITIAN BISNIS (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2022b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (29th ed.). CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edition Ke). ALFABETA, cv.
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 94–99.
<https://doi.org/10.56681/wikuacity.v1i1.23>
- Syukri, M. (2024). *Analisis strategi pengembangan pada usaha pembuatan tahu di Kelurahan Sidangkal Kota Padangsidempuan*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
<https://doi.org/http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/11450>
- Tovarel, M. J. R., Wahidah, N. N., Hidayatullah, W., & Malik, A. (2024). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Ladyfame Shop Di Bandar Lampung. *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 122–

132.

<https://doi.org/https://www.journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/223>

Tuluki, A. N. P., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. ` (2023). Pengaruh Kinerja Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Perkembangan UMKM di Kelurahan Teling Atas pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 869–879. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49201>

Wicaksana, I. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Pelanggan Usia Muda. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.33370/jmk.v18i1.507>

Widiarto, T., & Hardiana, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan ARB Bakery di Kelurahan Sukmajaya. *Sosio E-Kons*, 13(3), 175. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v13i3.10107>

Wijaksono, A., Wapa, A., & Hidayat, I. (2024). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Di Desa Sembulung Banyuwangi. *Jurnal Abdiwangi*, 2(1), 44–52. <https://doi.org/10.57203/abdiwangi.v2i1.2024.44-52>

Yusuf, M., Malelak, M. I., Hendratni, T. W., Juansa, A., Rianty, E., & Minarsi, A. (2025). *Optimalisasi Manajemen Keuangan Untuk Pertumbuhan Bisnis*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.

Yusuf, M., & Matiin, N. (2022). Analysis of the effect of the marketing mix on purchasing decisions. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 177–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/ijemr.v1i3.56>