

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta CV.
- Amirullah, & Hardjanto, I. (2005). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis* (3rd ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ebbert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis* (10th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Fajriyah, L. W. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Baxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi* (2nd ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Irfansyah, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kue Bolu Pada Usaha Delima Banjarmasin. *Universitas Kalimantan Arsyad Al Banjari Banjarmasin*.
- Kamsir. (2015). *Manajemen perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kamsir, & jakfar. (2006). *Studi kelayakan bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977.
- Kinasih, Y. A., & Nirawati, L. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Accessories UKM Velista Craft. *JABEISTIK : Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1, 199–210.
- Lexy, J., & Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarkya.

- Makmur, S. (2015). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian). *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 3(1), 41–56.
- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Primiana, I. (2009). *Menggerakkan Sektor Rill UKM Dan Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rachmat, B. (2005). *Cara Mudah Meningkatkan Usaha Kecil dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suharyadi, Nugroho, A., SK, P., & Fathurochman, M. (2007). Jakarta: *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Salemba Empat.
- Suliyanto. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sunarya, P. A., Sudaryono, & Saefullah, A. (2011). *Kewirausahaan* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambunan, T. (2017). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik : mengupas pemasaran strategik, branding strategy, customer satisfaction, strategi kompetitif, hingga e-marketing* (2nd ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Undang-Undang

Undang – Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.