

## DAFTAR PUSTAKA

- Chamidah Saliq NIM, N., & Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, J. (2017). *PERANAN PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BUSANA MUSLIM DI USAHA DAGANG (UD) EVA INDAH TULUNGAGUNG*.
- Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias Akademi Teknologi Bogor, L., Kunci, K., & Konsumen dan Volume Penjualan, K. (2019). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KEDAI KOPI KALA SENJA. In *TAHUN* (Vol. 3, Issue 2).
- Dhewanto, W. (2015). *Manajemen Inovasi untuk usaha kecil dan mikro* (Cetakan ke 1). Alfabeta.
- Elika, C., & Gunawan, P. (2017). *ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA PT. OMEGA INTERNUSA SIDOARJO* (Vol. 5, Issue 1).
- FAHIRA, A. G. (2021). *STRATEGI INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Bakso Cak Pitung Sidoarjo)*.
- Gatignon, H., & Xuereb, J. (1997). Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance. *Journal of Marketing Research*, 34(1).
- Hanifawati, T., Suryantini, A., & Mulyo, J. H. (2017). PENGARUH ATRIBUT KEMASAN MAKANAN DAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN. *Agriekonomika*, 6(1).  
<https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i1.1895>
- Helaluddin. (2018). Desain Literasi Budaya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi. *ESTETIK*, 1(2).
- Kamayanti, A. (2016). *Metologi penelitian kualitatif akuntansi : pengantar religiositas keilmuan* (A. D. Mulawarman, Ed.; Cetakan 2). Yayasan Rumah Peneleh.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi* (VIII). Widya Pandjadjaran.
- Lubis, A. N. (2004). *STRATEGI PEMASARAN DALAM PERSAINGAN BISNIS*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nur Hayati, F., & Nurzainul Hakimah, E. (2020). *Strategi Pengembangan Industri Kecil Lovyna Konveksi Kediri*.
- Nurcholis, M., & Hakimah, E. N. (2021). *STUDI FENOMENOLOGI : EFEKTIVITAS CO-BRANDING DAN FANATISME SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN MCDONALD'S PADA BTS MEALS*.

- Ramadhan, Z. S., & Iriani, Y. (2022). ANALISIS PEMANFAATAN MANAJEMEN STRATEGIS MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA PT. PARAHYANGAN GOLF BANDUNG. *Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2(2), 142–142. <https://doi.org/10.46306/tgc.v2i2>
- Rianto, P. (2020). *MODUL METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Penerbit Komunikasi UII. <https://www.researchgate.net/publication/343064279>
- SOLIHAN, M. A. (2021). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI UMKM SYRUP JAHE 33*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Sombolayuk, W., Yusup, R. M., Hamzah, J., & Sudirman, I. (2019). Effect of Human Capital on Innovation Strategies An Empirical Framework for SME South-Sulawesi Indonesia. In *International Journal of Innovative Science and Research Technology* (Vol. 4, Issue 5). [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Cetakan ke 19). Alfabeta.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi dan Kewirausahaan*. Humaniora Utama Press.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (2nd ed.). PT. Penerbit IPB Press.
- Susanto, B., & Putra, R. M. S. (2010). *60 management gems : applying management wisdom in life*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suyadnya, I. W., & Kholifah, S. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif: Berbagi pengalaman dari lapangan*.
- Triyuwono, I. (2006). *Perspektif, metodologi, dan Teori Akuntansi*. Raja Grafindo Persada.
- Yuniar, L., & Agoestiyowati, R. (2021). Peranan Pengembangan Produk Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pada Online Shop Jacqueline Beantee di Jakarta. *JUMABI*, 1(5), 453–460.
- Zulzilavahma, U. N. (2021). *PERANAN PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA USAHA KRIPIK SINGKONG CAP “MENARA” KECAMATAN GANDUSARI KABUPATEN TRENGGALEK*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.