

DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiyar, A. I. (2018). *ANALISIS STRATEGI BISNIS DALAM PENGEMBANGAN USAHA UD. SALAMA GORDYN KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN JEMBER* (Issue November). Institut agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
- Fitriani, D. I. (2009). *Strategi pengembangan bisnis waralaba lembaga pendidikan primagama*.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies*, 4(1), 73–86.
- Pratiwi, R. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis Swot (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut Cv . Uul Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara*.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rahmasari, I. P. (2018). Strategi Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Batik Gajah Mada Di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung (Perspektif Teori Moral-Rasional). *Universitas Airlangga*, VII(3), 282–297.
- Christanto, Stephen. 2013. “Manajemen Dan Pengembangan Pemasaran Pada Usaha.” *Agora* 1(3):1–11.
- Dewi, Ratna Puspita, and Fransiska. 2023. “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon.” *Inovasi Penelitian* 4(3):781–92.
- Elia Firda Mufidah, Dini Atik Putri Anindya, Nailatul Rifdah, and Ferry Rohman Hakim. 2021. “Pemberdayaan Masyarakat Dengan Inovasi ‘Ndawet Kuy’ (Dawet Siwalan) Produk UMKM Desa Dalegan Gresik.” *Kanigara* 1(1):10–16. doi: 10.36456/kanigara.v1i1.3131.
- Fadila, M. A., and A. Voutama. 2023. “Strategi Promosi Dengan Pengelompokan Pelanggan Menggunakan Clustering Kmeans.” *JISAMAR (Journal of ...* 7(3):672–80. doi: 10.52362/jisamar.v7i3.1151.
- Ii, B. A. B. 2016. “BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. Pemasaran.” *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* 12(2004):7–25.
- Kaligis, T. I., S. L. Mandey, and F. Roring. 2021. “Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado Evaluation of Marketing

- Mix Strategy At Box Weal Manado Restaurant.” *Jurnal EMBA* 9(3):1775–85.
- Kistari, Fyratika Ayu, and Novi Marlana. 2022. “Analisis Swot Sebagai Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Sentra Ukm Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo.” *Pendidikan Tambusai* 6(2):14595–605.
- Nabilla, Salsabilla Beu, Moniharapon Silcyljeova, and Samadi Reitty L. 2021. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado.” *Emba* 9(3):1530–38.
- Setiawan, Muhammad Razzaq Yogie, Aries Kurniawan, Vembri Aulia Rahmi, and Hadi Ismanto. 2023. “Strategi Pengembangan Usaha Kafe ‘ Inspirasi Kopi ’ Dengan Metode Business Model Canvas Dan Ten Types Of Innovation Muhammadiyah Telah Mengembangkan Banyak Usaha Diberbagai Bidang Juga , Mulai Kebutuhan Masyarakat Dengan Mengikuti Apa Yang Sedang Trend Sa.” 1(5).
- Syaipudin, Latif, and Idah Nurfajriya Awwalin. 2022. “Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan.” *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1(01):31–42.
- Udayani, L. P. R., L. P. Mahyuni, and A. A. M. S. Putra. 2023. “Strategi Penetapan Harga , Diferensiasi Dan Diversifikasi Produk Dalam Membangun Keunggulan Bersaing UMKM.” *FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Akuntansi* 25(2):396–407.
- Sridewi, N. (2020). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA RUMAH MAKAN SUKMA RASA LABUAPI KABUPATEN LOMBOK BARAT* (Vol. 2507, Issue February). Universitas Islam Negeri Mataram.
- Zulkarnain. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI KUALITAS PRODUK DAN PENETAPAN HARGA PADA BENGKEL LAS IKHLAS KABUPATEN PINRANG (ANALISIS EKONOMI ISLAM)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Christanto, Stephen. 2013. “Manajemen Dan Pengembangan Pemasaran Pada Usaha.” *Agora* 1(3):1–11.
- Dewi, Ratna Puspita, and Fransiska. 2023. “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon.” *Inovasi Penelitian* 4(3):781–92.
- Elia Firda Mufidah, Dini Atik Putri Anindya, Nailatul Rifdah, and Ferry Rohman Hakim. 2021. “Pemberdayaan Masyarakat Dengan Inovasi ‘Ndawet Kuy’ (Dawet Siwalan) Produk UMKM Desa Dalegan Gresik.” *Kanigara* 1(1):10–16. doi: 10.36456/kanigara.v1i1.3131.
- Fadila, M. A., and A. Voutama. 2023. “Strategi Promosi Dengan Pengelompokan Pelanggan Menggunakan Clustering Kmeans.” *JISAMAR (Journal of ...* 7(3):672–80. doi: 10.52362/jisamar.v7i3.1151.
- Ii, B. A. B. 2016. “BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1.

Pemasaran.” *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* 12(2004):7–25.

- Kaligis, T. I., S. L. Mandey, and F. Roring. 2021. “Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado Evaluation of Marketing Mix Strategy At Box Weal Manado Restaurant.” *Jurnal EMBA* 9(3):1775–85.
- Kistari, Fyrtika Ayu, and Novi Marlana. 2022. “Analisis Swot Sebagai Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Sentra Ukm Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo.” *Pendidikan Tambusai* 6(2):14595–605.
- Nabilla, Salsabilla Beu, Moniharapon Silcyljeova, and Samadi Reitty L. 2021. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada Umkm Toko 48 Pasar Bersehati Manado.” *Emba* 9(3):1530–38.
- Setiawan, Muhammad Razzaq Yogie, Aries Kurniawan, Vembri Aulia Rahmi, and Hadi Ismanto. 2023. “Strategi Pengembangan Usaha Kafe ‘ Inspirasi Kopi ’ Dengan Metode Business Model Canvas Dan Ten Types Of Innovation Muhammadiyah Telah Mengembangkan Banyak Usaha Diberbagai Bidang Juga , Mulai Kebutuhan Masyarakat Dengan Mengikuti Apa Yang Sedang Trend Sa.” 1(5).
- Syaipudin, Latif, and Idah Nurfajriya Awwalin. 2022. “Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan.” *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1(01):31–42.
- Udayani, L. P. R., L. P. Mahyuni, and A. A. M. S. Putra. 2023. “Strategi Penetapan Harga , Diferensiasi Dan Diversifikasi Produk Dalam Membangun Keunggulan Bersaing UMKM.” *FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Akuntansi* 25(2):396–407.