

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaghassani, S. F. 2016. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) &P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakkery. Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, 1-10
- Dewi Aulia, Ulfa. 2018. *Analisis Bauran Pemasaran 9P terhadap Produk Sale Pisang Barlin UD. Sejati Desa Rejoagung Kec. Srono Kab. Banyuwangi*. Skripsi.
- Elwisam, & Lestari, R. 2019. Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4 (2), 277-286.
- Finda Anggitiyas P, Deni R. 2021. Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Nissan Datsun Cabang Magelang. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 3 (1), 2.
- Helmita. 2022. Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kripik Pisang Oleh-Oleh Khas Lampung Pada UMKM Keripi Pisang Didi. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 27 (2), 1-11
- Kharisma, A. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Tempat, dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang Mahameru (Studi Kasus di UKM “Lumajang Store” Dusun Kraja Kandangtepos Kec. Senduro Kab. Lumajang). *Repository Universitas Brawijaya*.
- Mawardani, Upit. 2019. *Pengaruh Pemasaran Produk makanan dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Green Kafe 15A kota Metro)*. Skripsi.
- Pratama, T. R. 2020. *Strategi Marketing Mix Pada Usaha Tahu AA Dijorong Kepala Bukit Kecamatan Lareh Sago Halaban*.
- Pujaningrum, F. A., & Ramdhani, D. 2021. Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Nissan Datsun Cabang Magelang. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 1-11.
- Salma, Yanti. 2020. *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Produk Bumbu Masak Meurasa Di banda Aceh*. Skripsi.
- Sukotjo, H., & Radix, S. A. 2010. Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1 (2), 216-22.

- Tjahjono, A., Samuel, H., Brahmana, R. M. K. R. K. R. 2013. Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1 (2), 1-9.
- Wibowo, H. D., Arifin, Z., Sunarti. 2015. Analisa Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29 (1), 59-66
- Zulaikhah, Umi. 2020. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sekarum *Fashion* Semarang. Skripsi.
- Undang Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, menengah. Standar Nasional.

