

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman N.H. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia
- Adisaputro, G. 2014. Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Aditya, & Tjiptono. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jakarta: STIEPAR YAPARI-Press.
- Alma, & Tjiptono. 2020. Pengertian Harga. Jakarta: Erlangga.
- Alma, B. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Jakarta: Alfabeta.
- Amstrong, G., & Philip, K. 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Amstrong, G., & Philip, K. 2012. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Anoraga, P. 2020. Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro. Yogyakarta: Dwi Chandra Wacana.
- Assauri, S. 2015. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press.
- Assauri, S. 2018. Manajemen Pemasaran. Medan: RajaGrafindo Persada.
- Danang, S. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Darmawan. 2016. Pengantar Perancangan Teknik (Perancangan Produk). Edisi II. Bandung: ITB Press.
- David Fred, R. 2017. Strategic Management a Competitive Advantage Approach, Concept an Cases. 16th Edition. United States: Pearson.
- Dewi, R., & Sandora, M. 2019. Analisis Manajemen Strategi UIN Suska Riau dalam Mempersiapkan Sarjana Yang Siap Bersaing Menghadapi MEA. Vol. 10. No. 1. Hal 76.
- Edward, R. 2016. Manajemen Operasi. Jakarta: UM Jakarta Press.
- Fauzi, M. 2015. Manajemen Strategi. Semarang: Karya Abadi Jaya.
- Gitosudarmo, I. 2018. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.
- Ibrahim. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

- Ismanto, H., & Shalihul, A. 2018. Peran Karakteristik Pemilik, Hubungan dengan Pelanggan, Komitmen Perilaku dan Orientasi Usaha Terhadap Kinerja Keuangan UKM. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 22. No. 1. Hal 7
- Jemsly., & Martani. 2014. Strategi Pendekatan Komprehensif dan Terintegrasi Excellent dan Operational Excellence Simultan. Jakarta: UI Press.
- Kamaruddin. 2017. Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. Makassar: UIN Alaudin Makassar.
- Kasali, R. 2017. Disruption. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2007. Dasar-dasar Pemasaran. Penerjemah Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2014. Manajemen Pemasaran. Klaten: Macanan Jaya Cemerlang.
- Kusnadi. 2019. Keberadaan Nelayan dan Dinamika Ekonomi Pesisir. Jember; Lembaga Penelitian Universitas Jember.
- Leonardus, S. 2014. Kewirausahaan: Teori, Praktek dan Kasus-kasus. Edisi 2. Medan: Salemba Empat.
- Miles, B., & Huberman, M. 1992. Analisa Data Kualitatif. Jakarta: UI Press.
- Nursidi, I., Wulandari, S. 2021. Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi di Kota Medan. SENSASI. 196-198.
- Pemerintah Indonesia. Keputusan Presiden (KEPRES) Nomor 99 Tahun 1998 tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan Syarat Kemitraan. LN.1998/No.112. Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi Melalui Pemanfaatan dan dari bagian Laba Badan Usaha Milik Negara. BDHK 1994 (II), FC (1994). Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. LN.2021/No. 17. Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. LN.2008/No. 93. Jakarta.
- Prastowo, A. 2014. Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Diva Press

- Priansa, D. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putu, B. 2016. Analisis Faktor Konfirmatori Bauran Pemasaran untuk Penciptaan Brand Image Pisang Mas Kirana (*Musa Acuminata*) Kabupaten Lumajang. Vol. 9. No. 2. Hal.102.
- Qory, I. 2019. Analisis Implementasi Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren. Vol. 2. No. 2. Hal 86.
- Rachmawati, R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran). Vol. 2. No. 2. Hal 53.
- Rusdi, M. 2019. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. Vol. 6. No. 2. Hal 53.
- Salusu, J. 2014. *Pengambilan Keputusan Strategi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Satria, A. 2015. *Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir*. Jakarta: Yayasan Obor Pustaka Indonesia.
- Situmorang, R. 2016. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Naughty Cabang Medan. Medan: Nommensen Medan.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategi*. Bandung: Erlangga.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrin, M. 2021. Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Batuk Cetak. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*. Vol. 7. No. 2. Hal143.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wahdaniah, I. 2020. Pembeli adalah Raja: Strategi Komunikasi Pemasaran Konvensional Warung Spesial Sambal Menghadapi Persaingan Pasar Modern. Vol. 2. No. 1. Hal 39.