

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2012). *Manajemen Berbasis Syariah*. Aswaja Pressindo.
- Ainun Nasirah, Chairul Adhim, D. urna F. (2025). The Influence of the 7P Marketing Mix on Increasing Sales of Muna Pa'a Woven Fabrics Based on Local Wisdom in Dompu Regency. *Social Science Studies*, 5(4), 337–378. <https://doi.org/10.47153/sss54.19422025>
- Amelia Novianty Santoso, R. H. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Import PT. Monang Sianipar Abadi Kargo (MSA Kargo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(3), 229–236.
- Asnawati, S. E. (2022). Analisis Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. In *Cv Literasi Nusantara Abadi*.
- Dahmiri, S. I. (2017). *Pengantar Bisnis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Didin Fatihudin, A. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi Mungukur Kepuasan dan Loyalitas Pelangga)*. Deepublish Publisher.
- Dyah, S., & Kusumawardhani, A. (2024). Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Inovasi Produk dan Promosi terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Vol.*, 6(4), 405–413.
- Euis Siti Komalasari, Widiyono, A. M. (2021). Pengaruh Kompensasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT Elang Transportasi Indonesia Di Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 38–47.
- Fahmi, F., Kurniati, D., Hamdiyah, A. B., Khairiah, R., Rohim, F., Hasibuan, S. A., & Nisa, K. (2025). *Inovasi Pendidikan*. Penerbit Widina Media Utama.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2012). *Pemasaran Strategik*. ANDI.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Y8BVEQAAQBAJ>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media. <https://books.google.co.id/books?id=fiHHEAAAQBAJ>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1–10.
- Hasan, H., Bora, M. A., Afriani, D., Artiani, L. E., Puspitasari, R., Susilawati, A., Dewi, P. M., Asroni, A., Yunesman, Y., & Merjani, A. (2025). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah. <https://books.google.co.id/books?id=OhhXEQAAQBAJ>
- I Made Darsana, Suci Rahmadano, Erni Salijah, Ahmad Yasir Akbar, Khoirun Nisa

- Bahri, Nani Hamdani Amur, S. Hikmah Jamil, Hotden Leonardo Ninggolani, Samuel PD Anantadajaya, A. N. (2023). *Strategi Pemasaran*. INTELEKTUAL MANIFES MEDIA.
- Inayah Rizki Khaesarani, E. K. H. (2021). Studi Kepustakaan Tentang Model Pembelajaran Think Pair Share (Tps) Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Siswa. *Wahana Matematika Dan Sains: Jurnal Matematika, Sains, Dan Pembelajarannya*, 15(3), 37–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/wms.v15i3.38716>
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam.” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870–880. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v4i8.358>
- Irwan, Fadjriri Wira Perdana, Paulina M. Latuheru, Muhammad Khairani, S. K. (2021). Pemikiran Tokoh Pakar Hukum Lima Paradigma. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(12), 2166–2178. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i12.497>
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. UNPAM PRESS.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. SAH MEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=SkFtDwAAQBAJ>
- Khasanah, Y. N. (2022). *Strategi Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Khoirunurrofik, K. (2017). Trends And Determinants Of The Geographic Distribution Of Economic Activities : Evidence From Indonesian. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 7(1), 2017. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2017.007.01.2>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Annisya, F. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP). <https://books.google.co.id/books?id=637LEAAAQBAJ>
- Leon Andretti Abdillah, Sufyati HS, Puji Muniarty, Indra Nanda Septina Dwi Retnandari, Wulandari, Adirasa Hadi Prasetyo Sartono Sinambela, Mansur, Triana Zuhrotun Aulia Amir Hamzah, Hamdan Firmansyah, Soetji Andari Bambang Rismadi, Sukarman Purba, Gazi, I. S. (2021). *Metodelogi Penelitian & Analisis Data Comorehensive*. Penerbit Insania.
- M. Fuad, D. (2001). *Pengantar Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=EVfWJ7nbd-kC>
- Margaretha Ari Widayarni, V. K. J. B. (2023). Identifikasi Segmen, Target dan Penentuan Posisi Pasar. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 15–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.65096/pmb.v2i1.957>
- Marliani, L. (2019). Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 5(4), 17–21.

- Masgumelar, N. K. (2021). Teori Belajar Konstruktivisme dan Implikasinya dalam Pendidikan dan Pembelajaran. *GHAITSA : Islamic Education Journal*, 2(1), 49–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.62159/ghaitsa.v2i1.188>.
- Maulidatun Nikmah, S. (2022). Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627>
- Muhammad Yusuf Saleh, M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV SAH MEDIA.
- Nur Widyawati, Widya Winarni, T. H., Suwandi, M. S., Kasmaniar, D. A., Santoso, R., Ilham, S. R. M., Rahma, E. O. R., & Wijaya, S. W. (2024). *Ilmu Administrasi Bisnis: Suatu Pengantar*. CV. Eureka Media Aksara.
- Oetama, S. (2022). *Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Dalam Bersaing*. CV. Azka Pustaka.
- Philip Kotler, Gary Asmtrong, O. O. M. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson education.
- Philip Kotler, G. A. (2016). *Principles of Marketing*. Essex Pearson Education.
- Phillip Kotler, K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks.
- Pinta Rohmada Rahayu, N. H. (2023). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(2), 448–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23415>
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar , Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504–514. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Ramdani, A. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Variasi Produk, Dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada UMKM (Studi Kasus UMKM Binaan Rumah BUMN Purwokerto)*. UIN Prof. K.H.. Saifuddin Zuhri Purwekerto.
- Rangkuti, F. (2009). *Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rudi Suprianto Ahmadi, Nining Harnani, L. S. (2020). Peningkatan volume penjualan pada umkm industri kreatif makanan, minuman melalui. *Sosiohumaniora*, 22(2), 172–180. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i2.24537>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodelogi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Septiani, S., Leda, J., Saptadi, N. T. S., Nugraha, T., Mardhiyana, D., Romadhon, K., Hadikusumo, R. A., Talindong, A., Wardoyo, T. H., & Narayanti, P. S.

- (2024). *Pengembangan Kurikulum: Teori, Model, dan Praktik*. Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=N6UXEQAAQBAJ>
- Setiawan, Z., Judijanto, L., Azizah, I. S., Heirunissa, H., Islami, V., Suprayitno, D., Badriawan, A. S., Putra, M. F. M., Widyastuti, T. A. R., & Andrayanti, I. (2024). *Pengantar Administrasi Bisnis : Teori Komprehensif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=6Bb1EAAAQBAJ>
- Sudrartono, T. (2017). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 55–66.
- Sugiono. (2008). *Metode Penelitin Kuantitatif R&D*. Alfabeta.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi dan Kewirausahaan: Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan*. Humaniora. <https://books.google.co.id/books?id=8-mvDwAAQBAJ>
- Swastha, B. (2004). *Pengantar Bisnis Modern*. Salemba Empat.
- Swastha, B. (2019). *Manajemen Penjualan edisi 3*. BPFE.
- T, A. M., Konseling, B., Pendidikan, F. I., Surabaya, U. N., Ixqfwlrq, F. V, Uroh, D. Q. G., Expressive, L. Q., Uvhdufk, H. S., & Ri, V. U. (2018). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing. *Jurnal BK Unesa*, 1, 1–8.
- Tamaulina Br. Sembiring, Irmawati, Muhammad Sabir, I. T. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)*. Saba Jaya Publisher.
- Tampi, N. H. R. (2015). Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal EMBA*, 3(4), 68–81.
- Tantri, F. (2009). *Pengantar Bisnis*. Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Toii, I. E. W., Judijanto, L., Hidayat, F., Tamba, I. F. U., Sepriano, S., & Uzma, I. (2025). *Pengantar Administrasi Bisnis : Teori Komprehensif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=46-PEQAAQBAJ>
- Widodo, B. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Sistematis & Komprehensif*. Eiga Media.
- Yosi Fadhillah, Syahmardi Yacob, T. A. L. (2021). Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada UKM Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(1), 1–15.
- Zahara, A. P., Danial, R. D. M., & Samsudin, A. (2020). Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 20–27. <https://doi.org/DOI:10.23887/ekuitas.v8i1.24410>