

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Afrilia, J. N. (2024). Pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Singkong Virlys. *International Journal of Economics, Finance and Business Management*, 6(1), 87–94.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada UMKM YJS Sukabumi. *MUDIMA: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(4), 312–321.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2023). *Marketing: An Introduction* (15th ed.). Pearson.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Pers.
- Barney, J. B. (2014). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Pearson.
- Benazir, D. M., & Wahidah, N. R. (2024). Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada pengusaha UMKM keripik pisang Mamah Berkah. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 145–154.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management*. Pearson.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley.
- Hidayat, T. (2017). *Manajemen usaha kecil dan menengah*. Salemba Empat.
- Idris, M. I., Purnamasari, E., & Ningsih, E. S. (2023). Bauran pemasaran (*marketing mix*) pada UMKM Crab Food MC di Samarinda. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 5(3), 220–230.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring Corporate Strategy*. Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Marketing*. Cengage Learning.
- Mait, F. H., Lumanauw, B., & Samady, R. (2022). Analisis strategi marketing mix untuk meningkatkan volume penjualan pada UMKM Pabrik Roti Nabila Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1).
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Sage Publications.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Stanton, W. J. (2017). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Swastha, B. (2018). *Manajemen pemasaran modern*. BPFE Yogyakarta.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi dan aplikasi*. Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). Republik Indonesia.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy*. Pearson.
- Zahrah, Z., Baining, M. E., & Anggraini, D. (2024). Implementasi bauran

pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Toko Bangunan Family Kita.
Jurnal Bisnis Dan Teknologi, 12(1), 55–66.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing*. McGraw-Hill.