

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Malik, E., Adan, L. H., & Dja'wa, A. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Wawoangi Kec. Sampoiawa Ditengah Pandemic Covid-19. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 76–80. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1455>
- Asriandy, I. (2016). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng. *Skripsi (Tidak Diterbitkan)*. Makassar: UNHAS.
- Cahyono, M. S., Harahap, D. H., & Sukrajap, M. A. (2019). Penerapan Teknologi Produksi Makanan Olahan untuk Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kota Bandung. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 21–30. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.567>
- David, FR. (2019). *Manajemen Strategis*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Febrihana, D. (2021). Produksi Dan Pemasaran Donat (*Loukoumades*) Dessert Box (tesis). [Doctoral dissertation], Politeknik Negeri Jember.
- Firdausi, Farah Ulayya Salma. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Donat Minis Pada Outlet Jogja Donuts Di Spbu Uad, Sedayu, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta*. Other (Thesis), Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Herdiana, N., Erna, M., Sugiharto, R., & Amethy, D. (2022). Penyuluhan dan Pelatihan Diversifikasi Olahan Ubi Ungu di Kelompok Pengajian Nurul Huda Kelurahan Kotabaru Kecamatan Tanjung Karang Timur Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Dharma Wacana*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.37295/jpdw.v3i1.264>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hutauruk, J., & Wau, J. (2022). Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Agroindustri Donat Kentang. *Jurnal Agriust*, 2(2), 58–66. <https://doi.org/10.54367/agriust.v2i2.2254>
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen Dan*

- Kuncoro, Arbian and, Wafrotur Rohmah. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Donat Kentang Endhole Jaya (Studi Kasus Bisnis Rumahan Di Dukuh Sangiran Desa Krikilan Kabupaten Sragen)*. [skripsi], Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92. <http://www.pekerjadata.com/2013/11/.html>
- Mukaromah, N. F., & Wijaya, T. (2020). Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1–16. <https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621>
- Novikasari, Dwiyananda And Samhud, Akhmad And Lamsah, Lamsah (2019) *Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Pada Arsila Bakery Cabang Banjarbaru*. [Diploma Thesis], Universitas Islam Kalimantan Mab).
- Pristyo, M. (2013). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya Di Surabaya. *E-Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 27–37.
- Putri, N. C. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Home Industry Donat Kentang Mama Syifa Di Sekumpul Martapura Kabupaten Banjar* [Doctoral Dissertation], Universitas Islam Kalimantan Mab).
- 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>
- Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT* Jakarta : PT Gramedia
- Riyanto, S. . (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal Dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 5(3), 159–168. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i3.21707>
- Ulus, Agnes Algrina. (2013). 2872-5327-1-Sm. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134–1144.

Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271-278.