

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D., (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95 – 111.
- Ahmad, M, A., Hamdy, M, I., & Safira, M, D., (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79 – 87.
- Alma, B., (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Belch, G. E., & Belch, M. A., (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Elzagi, V., Yeronica, F., Febiana, A. R., Eviyani, E. R., Risvi, H., Christiarini, R., & Mellisa., (2023). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Bisnis Dalam Umkm Epok-Epok Ana. *Jpkmn - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(22), 1538 – 1544.
- Erika, D, R., Diva, F., & Nufus, M, B., (2024). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) Terhadap Strategi Pemasaran Pada Kerajinan Rotan (Studi Kasus: UMKM Teq Production). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* 2(3), 37 – 58.
- Fadilah, N., (2020). Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari' Ah. *Jurnal Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194 – 211.
- Farizal, A., (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 10 – 18.
- Hakim, Y. P., & Mulyani, S., (2017). Analisis Kebutuhan Modal Kerja Pada Rumah Makan Bintang Lima Di Samarinda. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 11(2), 133 – 146.
- Handayani, F., Juliana, K., & Ihksan, S., (2023). Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko. *Empiricism Journal*, 4(1), 208 – 212.
- Irmayanti, Ulfa, Y., & Suriyati., (2023). Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix 4P Pada Produk UMKM dalam Menarik Minat Konsumen.

- Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(1), 12 – 18.
- Kotler, P., & Amstrong, G., (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L., (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, A. P., (2021). Pengaruh konten media sosial interaktif terhadap keterlibatan konsumen (consumer engagement). *Jurnal Komunikasi dan Bisnis Digital*, 3(1), 66 – 74.
- Lupiyoadi, R., (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dayat, M., (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299 – 315.
- Maesaroh., (2016). Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Pembiayaan. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 197 – 212.
- Mawardi, M. (2019). Rambu-Rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292 – 304.
- Mundir, A., & Rahayu, A. A., (2022). Pengaruh bauran pemasaran 4P (produk, price, place, promotion) dan kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap keputusan konsumen untuk membeli di toko Yunika Jabon Sidoarjo. *Jurnal Mu'allim*, 4(1), 34 – 52.
- Nadiatul, K., & Sri, W., (2024). Penerapan Bauran Pemasaran 4P pada Astiga Leather. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 142 – 151.
- Oktiviah, Y., Anas M, Angra, Y. D., & Nauval, E. K., (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1(10), 3047 – 7824.
- Purba, D. S., Sinaga, M. H., & Tarigan, W. J., (2024). Proyeksi Arus Kas Dan Proyeksi Laporan Laba Rugi Dan Laporan Posisi Keuangan Dalam Memulai Sebuah Usaha Penggemukan Lembu. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 6(1), 133–143.
- Rachel, A. F., & Herny, N., (2025). Penerapan Bauran Pemasaran 4P Produk Makanan UMKM RAOS KITCHEN Kabupaten Sukabumi pada Outlet Bandara Soekarno Hatta. *Jurnal Nasional Teknologi dan Riset Terapan, Politeknik Sukabumi*, 7, 81 – 86.
- Rangkuti, F., (2019). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rasyid, M, Y, Y, Al, Poerwarini, R., & Agung, W., (2021). Strategi Pengembangan Usaha Lumpia Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Sinteks*, 13(2), 1 – 9.
- Rofa, I, T., Meilani, A, R., Hasibu, N, M., Nasution, A, K., & Suhairi, S., (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222 – 235.
- Selviana, R, S., dan Anas, M., (2025). Penerapan Strategi 4P dalam Pemasaran Produk Bagrik Craft. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 153 – 159.
- Sitompul, P., Tarigan, M, I., & Telaumbanua, E, S., (2022). Perencanaan Bisnis Sebagai Kompas Bagi Wirausahawan Pemula. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (Pkm-Csr)*, 5, 1 – 10.
- Soekartawi., (2018). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sofiah, M., Sri, R., & Nur, A, B, R., (2023). Analisis pengaruh bauran pemasaran 4P (Product, Price, Promotion, and Place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122 – 141.
- Sunyoto, D., (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus*. Jakarta: CAPS.
- Tambunan, T. T. H., (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala dan Tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F., (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usman, O., & Nadila, K., (2020). Effect of Products, Promotion, Price and Location of Buying Decisions. *SSRN Electronic Journal*, 1(10), 10 – 15.
- Yudianto, A., (2023). Analisis Perencanaan Keuangan Pada Kelompok Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kota Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), 1 – 11.