

DAFTAR PUSTAKA

- Adji Baniyoso, C. W. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kerupuk Sagu di Desa Pasar Baru, Kecamatan Pangean, Kabupaten Kuantan Singingi. *MAHATANI* , Vol. 1 , No. 2, ISSN 2622-1896 .
- Agus Santoso, Y. S. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Permen Susu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia JEBI* , Vol. 02, No. 02, pp. 19-25.
- Ahmad Masari, M. I. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (Price, Product, Place, Promotion) pada Pt. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri* , Vol. 5, No. 2.
- Aulia, A. R. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bedcover Pada Ukm Elferra Bandung (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Giri S P. 2019. Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4P (*Suatu Studi Pada CV. Sportwear Di Kota Bandung*). Artikel. Fakultas Ekonomi. Universitas Galuh: Ciamis
- Kristiana F. 2021. ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN GEPREK SA'I DI KOTA TUBAN JAWA TIMUR. Skripsi. Fakultas Pertanian Peternakan. Universitas Muhammadiyah Malang: Malang.
- Maryam, D. S. (2020). Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Ketersediaan Kerupuk Amplang Terhadap Loyalitas Konsumen di Kabupaten Sambas. *PATANI* , Vol. 01, No. 01 ISSN. 2356-1564.
- Muhamad I, I. 2021. Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Angkringan di Masa Pandemi Covid-19 (*Studi Kasus Angkringan Cokro Mejasem Barat*). Skripsi. Politeknik Harapan Bersama: Tegal.
- Nurul Hikmah Oktaviani, A. W. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Klinik Kecantikan (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kecantikan di Ramdani Skincare). *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma* .

- Nurul A. 2021. PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (*Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun*). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto : Purwokerto.
- Putra, A. H. (2016). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi* , Vol 5 (2): 40-52.
- Setiono, E. S. (2019). Pengaruh Produk, Price, Promotion, and Place Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan* , Vol. 10 no. 1.
- Sudati Nur Sarfiah, H. E. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan REP* , VOL 4 NO 2.
- SUFANDY. (2019). Analisa dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam. *Sufandy, Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam* .
- Siti U. 2021. Pengaruh Experiential Marketing, Varian Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (*Studi Pada Pembeli Produk NASA Di Stoekis Ad.1405 Bulukerto*). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo: Ponorogo
- Suhendro, D. (2019). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket, Indomaret, dan Alfamart di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen JKBM* , Vol. 5 (2).

<https://wonosidi.kabpacitan.id> (diakses pada tanggal 8 juli 2022)

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html> (diakses pada tanggal 12 juni 2022)