

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sul-Sel: Global Research And Consulting Institute.
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Elliyana, E., Agustina, Tr. S., Kadir, H., Imanudin, B., Yuliani, Mohdari, H., & Dwita, F. (2022). *Dasar - Dasar Pemasaran* (Vol. 1). Malang: Ahlimedia Press.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Insania.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., & Yasa, N. N. K. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Mubasit. (2012). *Manajemen Pemasaran. Buku Daras IAIN Raden Intan Lampung*. Lampung: IAIN Raden Intan.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Harfa Creative.
- Ompusunggu, V. M., Muntha, R. G., & Anggraini, J. (2022). *Strategi Pemasaran* (1st ed.). Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: K-Media.
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologo Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Sitio, A., & Simamora, S. C. (2019). *Strategi Pemasaran UMKM*. Banten: STKIP Mutiara.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran*. Talamanagera: Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Ke-2)*. Bandung: Alfabeta.

Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Istana Agency.

Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya*. Madura: UTM Press.

B. Sumber Jurnal dan Skripsi

Adibrata, S., Sari, F. I. P., Andriyadi, A., & Harto, B. (2021). Potensi Kualitatif Produksi Garam dari Perairan Pantai Lubuk dan Pantai Takari, Bangka Belitung. *Buletin Oseanografi Marina*, 10(1), 13–22. <https://doi.org/10.14710/buloma.v10i1.31797>

Aristya, M. A., & Arifah, U. (2023). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di cafe walk coffee kebumen menurut perspektif ekonomi syariah. *Journal of Management ...*, 2(1), 183–211. <https://www.ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen/article/view/1263%0Ahttps://www.ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/maen/article/download/1263/734>

Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>

Dwisakti, V., Santoso, A., & Hartono, S. (2023). Analisis Strategi Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Ponorogo. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25853> Analisis

Dzikri, M. P., & Utomo, Y. T. (2024). *Ayat-Ayat Al- Qur ' An : Purifikasi Ajaran Ekonomi Islam*. 2(5), 36–43.

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.

Handayani, V. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Di Cv . Irwan Shop Oleh : *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).

Hartati, R., Widianingsih, W., & Supriyo, E. (2021). Produk Perawatan Kulit Berbahan Dasar Garam Rebus. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3252–3262. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i6.5747>

Haryono, E. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *The Journal of Islamic Studies*. <https://ejournal.iaiamc.ac.id/index.php/annuur/article/view/301/204>

Hidayah, I., Arifiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). Analisis Strategi

Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pundanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76–82. <http://journals.usm.ac.id/index.php/solusi>

Hikmawan, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada Toko AGS Kuningan). *Change Think Journal*, 1(Perdagangan Internasional Booster Dalam Pertumbuhan Ekonomi), 151–157.

Hotima, S. H., & Sufa'ati. (2020). Analisis Strategi Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Olahan Daun Kelor Pada CV. Kreatif Maronggih Center Community. *Majalah Ilmiah "Dian Ilmu,"* 20(1), 94–111.

Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UM. Mitra Kecamatan Amandrays. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 16–25.

Indriyanti, E., B, E. N., & Muhammad Yasin. (2023). Transformasi Industri Dan Pembangunan Industri Terhadap Perekonomian. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 88–97. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i4.967>

Jannah, E. M., Adistia, E., & Renfiana, L. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Saung Enggal). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2945>

Khasanah, Y. N. (2022). *Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja (Skripsi)*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Maharaja, R., Purba, M. L., & Ginting, R. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bangunan Johor Mas Medan. *Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 400–410. <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/tekesnos>

Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65–86.

Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>

Nurizki, M., Riono, S. B., Syaifulloh, M., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada Pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan*

Bisnis, 11(1), 1–8.

- Nurmiati, Ibrahim, M. B. H., Irawan, A., & Husen, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Desai Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Honda Vario Di Kota Jayapura. *The Journal of Business and Management Research*, 3(1), 319–335.
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144. <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>
- Permatasari, E., Hanna, L., Nurul Aulia Pratama, & Hapzi., A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Putri, T. Y., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2023). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 11P Pada UMKM Tennis (Teh Nikmat Sidamanik). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 37–48.
- Rosmaida, S., Hamidah, H. N., & Aprilia, F. (2024). Rendahnya Kualitas Garam di Industri dan Tingginya Angka Impor Garam Industri di Indonesia. *Indonesian Conference of Maritime*, 2(0), 352–361.
- Sabilla, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Perbankan Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 253–268.
- Salamah, I. A., Azzahrah, N., & Ramadhan, S. (2023). Strategi Inovasi Dalam Mengembangkan Pertumbuhan Bisnis. *Deflasi Jurnal Ekonomi*, 2(2), 160–168. <https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/deflasi%0ASTRATEGI>
- Santoso, R., Ikhwan, S., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk di PT Warung Pintar Distributor Cirebon. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(2), 1–10.
- Solihah, M. A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Syrup Jahe 33 (Studi kasus pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kec. Limbangan Kab Kendal) (Skripsi). Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Sopang, F. I. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Eceran (Retail Marketing Mix) Yang Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Swalayan Maju Bersama. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2, 1–14. <https://doi.org/10.51178/cjerss.v2i4.290>

- Sope, A. S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Barat, M., Article, I., Article, H., Muna, K., & Mark, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Ilmu Bisnis Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100.
- Sugiarto, Y., Utari, W., & Hartati, C. S. (2021). Analisis Inovasi Produk Terhadap Harga Jual Garam Pada PT Garsindo Anugrah Gresik. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 5(3), 148–160.
- Susandini, A., & Islam, D. (2022). Konsep pengembangan wisata garam Madura dengan analisis SWOT. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 59–68. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6648>
- Susmanto, F. G., Mutiah, R., Damayanti Rusmana, F., & Al-Amar Subang, S. (2024). Implementasi Pengelolaan E-Commerce Terhadap Strategi Pemasaran Keripik Pisang Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 3(1), 34–49.
- Syafa'ati, N. D., & Rani, L. N. (2020). Pendayagunaan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Baznas Gresik Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Babaksari Melalui Program Gresik. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(12), 2296. <https://doi.org/10.20473/vol7iss202012pp2296-2312>
- Syafitri, F. (2021). *Implementasi Inovasi Terbuka dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Inovasi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Widjaja, Y. R., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>

C. Sumber Internet

- Dewi, F. (2022, 17 Maret). Wisata Edukasi Tunnel Garam Desa Tlogoproto Kebumen. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/farika74278/6232c4eccfca515393184d42/wisata-edukasi-tunnel-garam-desa-tlogoproto-kebumen?page=all#section1>
- Edy, C. W. (2021, 18 September). Menengok Kampung Garam di Pesisir Kebumen, Wisatawan Bisa Lihat Langsung Produksi Garam. Tribun Jateng. <https://jateng.tribunnews.com/2021/09/18/menengok-kampung-garam-di-pesisir-kebumen-wisatawan-bisa-lihat-langsung-produksi-garam>
- Indonesia, D. K. R. (n.d.). Undang Undang Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1984/5TAHUN~1984UU.htm>
- Rosyda. (2021). Pengertian Industri, Jenis, Contoh, dan Tujuannya. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-industri/>