

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, RifkaPandriadi, Lissiana Nussifera, Wahyudi, L. Angelianawati, Igat Meliana, Effi Alfa ni Sidik, Qomaraton Nurlaila, et al. *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*. Tohar Media, 2022.
- Ahmad, A S, dan Hapzi Ali. “Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran : Analisis Produk , Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik).” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital* 3, no. 2 (2025): 136–148.
- Arif Fakhruddin, Maria Valeria Roeliyanti, Awan. “Bauran Pemasaran.” *Andrew’s Disease of the Skin Clinical Dermatology*. (2022): 7–16.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2020.
- Aristya, M A, dan U Arifah. “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Cafe Walk Coffee Kebumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.” *Journal of Management* ... 2 (2023): 183–211.
- Assyakurrohim, Dimas, Dewa Ikham, Rusdy A Sirodj, dan Muhammad Win Afgani. “Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). Deepublish.” *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer* 3, no. 01 (2022): 1–9.
- Darsana, I M, S Rahmadani, E Salijah, A Y Akbar, K N Bahri, N H Amir, S H Jamil, H L Nainggolan, S P D Anantadja, dan A Nugroho. *STRATEGI PEMASARAN*. CV. Intelektual Manifes Media, 2023. <https://books.google.co.id/books?id=LRHUEAAAQBAJ>.
- Destri Aulia Wulandari, Nazala Zaikumar Elfa Rizqi, dan Netti Mahdalena Siregar. “Dampak modernitas Budaya Ngopi Terhadap Pembangunan Ekonomi Lokal di Jember.” *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan* 2, no. 4 (2024): 234–243.

Fadhilah, Khanana Imro'atul. "Strategi Bauran Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Niky Coklat Berkah Abadi Kota Kediri Dalam Meningkatkan Brand Image." IAIN Kediri, 2024.

Fadillah, Siti Nur. "Strategi Bauran Pemasaran 4P Industri Rumah Tangga dalam Digitalisasi Pasar." *Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan* 1, no. 1 (2024): 1–8.

Frendika, Eka, Versiandika Yudha Pratama, dan) Koresponden. "Strategi Marketing Mix Syariah Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Nasabah pada Produk Simpanan Idul Fitri di BMT Matra Pekalongan Sharia Marketing Mix Strategy in Increasing and Retaining Customers on Eid Saving Products at BMT Matra Pekalongan." *Talijagad* 2023, no. 1 (2024): 1–15. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/tali-jagad/index%7Ce>.

Furchan, Arif. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional, 2021.

Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.

Hendayana, Yayan, Annisa Puspasari, Nida Fitriyani, dan Nisa Nabilla. "Peran Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Maraca Books And Coffee." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 3, no. 01 (2024): 95–101.

Ishak, Ach. Maulana, dan Siti Ning Farida. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kafe Tumbuh Kopi Surabaya." *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis* 12, no. 1 (2021): 196–204.

Kotler, P & Gary, A. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 V. Jakarta: Erlangga, 2016.

Lubis, Adelina, T Teviana Natasyah, Program Studi, Magister Manajemen, Universitas Medan Area, dan Kota Medan. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko AJP Kosmetik." *Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion* 2, no. 1

(2025): 170–177.

Lutviani, Indri, dan Munarsih Munarsih. “Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menggunakan Analisis Swot.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 7, no. 3 (2024): 352–362.

Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis*. Edisi ke 3. Amarica: SAGE, 2014.

Mode, Rindu, Di Kab, Otong Karyono, Fakultas Ekonomi, Institut Agama, Islam Negeri, dan Iain Bone. “Strategi Promosi Melalui Media Instagram Perspektif Ekonomi Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan” 8, no. 1 (2025): 380–387.

Nuzula, Sayda Firdausi, Nilna Fauza, dan Dhiya’u Shidiqy. “Strategi Marketing Mix Klinik Paradise Parisudha Desa Sumberagung Plosoklaten Kediri dalam Meningkatkan Volume Penjualan.” *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 1 (2024): 104–121.

Putri, Nabila Rahma. “Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Griya Manik Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang.” IAIN Kediri, 2024.

Sakdiyah, H, dan A Rohman. “Strategi Bisnis Cafe Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix (Studi pada Cafe Sekitar Universitas Trunojoyo Madura).” *Strategi Bisnibisnis Cafe Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix* 1, no. 4 (2022): 1–22. <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/kaffa/article/view/16548%0Ahttps://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/kaffa/article/download/16548/7829>.

Soleha, Faridatus, Mohammad Rizal, dan Nanik Wahyuningtiyas. “Analisis Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kerajinan Kayu UD. Rizky.” *E-Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 627–638.

- Sudirwo, S, A Apriyanto, D A Ohyver, S Sepriano, dan N G Pemata. *Buku Referensi Strategi Pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025.
https://books.google.co.id/books?id=G-Y_EQAAQBAJ.
- Sugiono. *Metode Penelitian (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R & D dan Penelitian Tindakan)*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Tanzeh, Ahmad. *Dasar-dasar Penelitian*. Surabaya: Elkaf, 2017.
- Thabroni, Gamal. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Surabaya: serupa Id metode peneitian, 2022.
- Widya Rahmawati1Yuliarni Putri, Sapta Eka Puta, Trio Candra Yoga, Sherly Yulinda5. “Yani, M. (2022). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan. *Business Management*, 1(2).,” no. 6 (2023): 36–44.
- Wulandari, Nadia Istia. “Strategi Pemasaran Krupuk Gambir Guna Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Marketing Syariah (Studi pada UD. Tresno Joyo Bangkit Desa Bulu Kecamatan Semen Kabupaten Kediri).” IAIN Kediri, 2025.
- Abdussamad. Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press, 2021., n.d.*
- “Alamsyah, G. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Minyak Goreng Kunci Mas pada PT. Sarimekar Cahaya Persada Sampit. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10 (2), 88-100.” (n.d.).
- Antonio, Muhammad Syafii. Muhasabah Bisnis: Etika dan Nilai-Nilai Islami dalam Praktik Bisnis. Jakarta: Tazkia Publishing, 2021., n.d.*
- “Aprilia, E. M. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (Pada Home Industry Keripik Tempe A-Syifa Di Desa Manisrenggo Kota Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).,” n.d.
- “Christiani, J., & Fauzi, A. (2022). Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4P (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam

- Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 16-23.” *Why We Need the Journal of Interactive Advertising*, n.d. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738315000444>.
- “Faraby, M. E. (2024). Strategi Pemasaran Depot Bakso Pak Rin Sidoarjo Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Ditinjau Dari Syariah Marketing Mix. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(01), 13-20.” (n.d.).
- “Fitriyana, D. (2023). Strategi Pemasaran Gubug Desa Cafe & Resto Di Ciampel Kabupaten Brebes. *Jurnal Pariwisata Prima*, 1(1), 20-31.” (n.d.).
- Hasan, A. Marketing Syariah. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat, 2020., n.d.*
- “Innocento, J., & Safitri, I. D. (2024). Strategi Konsep Marketing Mix-4p Untuk Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Di Kios Gimas Fashion, Periode Penelitian Juni 2023). *Journal Communication Lens*, 4(1).” (n.d.).
- “Khairani, I. (2024). Strategi Pemasaran Toko Kasih Sayang Jaya Blok B dalam Mempertahankan Jumlah Pelanggan (Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam). *ASNAF: Journal of Economic Welfare, Philanthropy, Zakat and Waqf*, 3(2), 173-191.” (n.d.).
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. Principles of Marketing. Edisi ke-17. Harlow: Pearson Education, 2018., n.d.*
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2020). MKTG: Principles of Marketing. Cengage Learning., n.d.*
- Nasution, M. Nur Rianto. Manajemen Pemasaran Syariah. Jakarta: Kencana, 2021., n.d.*
- “Observasi dengan Bapak Iwan Kurniawan owner Cafe Prongos pada Hari Kamis, 21 November 2024.” (n.d.).
- “Prayoga, N. T., Florina, I. D., & Edy, S. (2023). Konsep Alam Coffee Shop Pikaco Dan Watu Sangan Di Pemalang Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Image. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi*,

Sosial dan Humaniora, 1(1), 53-66.” (n.d.).

Purnama, Dian. Etika Bisnis Islami: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Usaha. Yogyakarta: Deepublish, 2022., n.d.

“Sakdiyah, H., & Rohman, A. (2022). Strategi Bisnis Cafe Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix (Studi Pada Cafe Sekitar Universitas Trunojoyo Madura). *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law*, 1(4), 172-194.” (n.d.).

“Salsabila, R., & Batubara, C. (2023). Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Jasa Dan Produk. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 4(1), 1868-1877.” (n.d.).

“Silaban, A. V. D., Zanjabila, A., & Mulyana, O. S. (2024, August). Strategi Marketing Mix Pada Lapis Kukus Tugu Malang dalam Menjangkau Pelanggan Potensial dan Meningkatkan Penjualan. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NS)*” (n.d.).

“Wawancara dengan Mbak Arina pelanggan di Cafe Prongos pada Hari Rabu, 23 April 2025.” (n.d.).

“Wawancara dengan Mbak Dea pelanggan di Cafe Prongos pada Hari Rabu, 23 April 2025.” (n.d.).

“Wawancara dengan Mbak Seli kasir di Cafe Prongos pada Hari Rabu, 23 April 2025.” (n.d.).

“Wawancara dengan Mbak Widya pengantar makanan di Cafe Prongos pada Hari Rabu, 23 April 2025.” (n.d.).

“Widiyanto, R. K. P. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Syariah Marketing (Studi Kasus Tepian Kios Kopi Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).,” n.d.