

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Alma, Buchari, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Amanah, Siti. "Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan" *Journal Lentera Vol. 13 No. 1*. (2015).
- Amilian, Suri, M. Olan Asmara, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam Vol 6. No 1*.
- Amilian, Suri, M. Olan Asmara. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa," *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam Vol 6. No 1*. (2021).
- Amirullah. Imam Hardjanto. *Pengantar Bisnis, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Arifin, Imron. *Pendekatan Kualitatif dalam Ilmu-Ilmu Sosial dan Keagamaan*. Malang: Kalimasada, 1996.
- Assauri, Sofjan *Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi 4*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Pemasaran (Dasar, Konsep, Strategi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Basmar, Edwin, dkk. *Perekonomian Dan Bisnis Indonesia*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Ekon.go.id, "Perkembangan UMKM Sebagai ICritical Engine IPerekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah." <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-duktungan-pemerintah>
- Fadhila, Shinta Nur *Sistem. Penerapan Upah Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan pada CV. Putra Wijaya Kecamatan Pesantren kota Kediri*, (Kediri: IAIN Kediri, 2023).

- Fahmi, Irfan. *Manajemen Strategis Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Firmansyah, M. Ananag. *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. Jakarta: Qiara Media, 2023.
- Ghony, M. Djunaidi, Fausan Almansyur. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2014.
- Hadiat, Syamsurijal. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV. Harva Kreatif, 2023.
- Haque, Marissa G Grace, dkk. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang: Pasca Books, 2022
- Hasan, M. Iqbal. *Pokok – Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Imam, Fitda, Rhoma Iskandar. “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Toko Nagoya Style Bekasi,” *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 1 (2024).
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2020.
- Kediri, Badan Pusat Statistik Kota. (2024). <https://kedirikota.bps.go.id/id>
- Khotimah, Husnul, dkk. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Penjualan Anyaman Purun Pada Brand Usaha Anyaba Di Marabahan” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi* Vol 1. No 4. (2023).
- Kotler, Philip, Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1, Edisi 8*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasara : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Listyawan, Ardi Nugroho. *Pengaruh Modal Usaha*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011.
- Lubis, M. Syukran Yamin, Harisman. “Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam” *Jurnal Nataris* Vol. 1 No. 1. (2022).
- Lutfi, Zulfa, Fanji Wijaya. “Pengembangan Tas Homemade Pada CV Cagho Prima Nusantara” *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akutansi & Bisnis*. Vol 5. No 1. (2024).
- Maksudi, Ade Mulyati. “Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omset Penjualan Produk Pakaian Pada UMKM Inory Daily Wear Di Tasikmalaya,” *Jurnal STEI Ekonomi* 30, No. 02 (2020).

- Masyhuri. *Sistem Perdagangan Dalam Islam*. Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI, 2005.
- Miles, Mathew B, dkk. *Analisis Data Kualitatif Terj. Tjejep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI Press, 1993.
- Mohamadi, Rijal Fahmi. “7 Strategi Pemasaran Produk Yang Harus Anda Coba, Apa Saja?” *Mekari Jirnal*, (2025) <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-produk-yang-harus-anda-coba/>
- Mu'in, Muhammad Fathul. “Strategi Pemasaran dalam Memepertahankan Usaha Pasca Pandemi Covid-19 Pada Decornesia Kelurahan Ngampel Kecamatan Mojoroto Kota Kediri”. (2024).
- Muhajir, Noeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasaen, 1996.
- Musdalifa, Siti, Erni Qomariah, Sahrnun, “Analisis Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pda Sate Taichan bali Di Kota Kendari”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, No. 1. (2021).
- Nurcholifah, Ita. “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah” *Jurnal Of Islamic Studies* Vol 4. No 1. (2014).
- Paujiah, Rika, Ahmad Mulyadi Kosim, Syarifah Gustiawan. “Pengaruh Bauran pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian” *Journal of Islamic Economics and Banking* Vol 2. No 1. (2020).
- Prastyorini, Juli, Hanifah Belen Fauziyyah. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Surabaya: Scopindo, 2024.
- Purwatiningsih, Diah. “Implementasi Strategi Diversifikasi Produk Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Handmade CV. Putra Wijaya/Adia Bag Kelurahan Pakunden Kecamatan Pesantren Kota Kediri).” (2023).
- Salim, Syahrurn. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Shiddiq. Umar, Moh. Miftachul Choiri. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019.
- Simamora, Henry. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIEYKPN, 2004.
- Soegijono, “Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data” *Media Litbangkes* Vol. III. No. 01. (1993).
- Stanton, William J. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001),51.

- Sudiyanto, Totok dan Rismansyah. “Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan PT. HTI Bumi Perdana Banyuasin” *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol 13. No 4. Palembang: Universitas PGRI Palembang, 2017.
- Sudiyanto, Totok dan Rismansyah, “Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan PT. HTI Bumi Persada Banyuasin” *Jurnal Media Wahana Eknmika* Vol 13 No 4. Palembang: Universitas PGRI Palembang, 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan)*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suryaman, Dede Jajang. *Kewirahusahaan dan Industri Kreatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suwandi, Basrowi. *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008),158.
- Swasth, Basu, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Ediri Kedua, Cetakan Ke 13. Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Swasth, Basu. *Manajemen Penjualan Edisi dua*. Yogyakarta: BFE, 2008.
- Swasth, Basu. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: BFE, 2020.
- Swasth, Basu. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Liberty, 1980.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2012).
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasara, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Wibowo, Lili Aadi, Donni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Wood, Marian Burk. *Buku panduan Perencanaan Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks, 2009.
- Yulianti, Maria Lusiana, dkk, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Tas Dan Ransel Desa Margahayu Kabupaten Bandung” *Communnity Development Journal* Vol 4. No 3. (2023).
- Zonggonau, Arief, Yuyun Rahayu, Marcus R. Maspaitella. “Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Tas Noken (Studi Kasus Pengrajin Lokal Kabupaten Mimika)” *Jurnal Ilmu Ekonomi* Vol 5. No 3. (2021).

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

A. Pedoman Wawancara Pihak CV. Putra Wijaya (Adia bag)

1. Strategi Produk Yang Digunakan CV. Putra Wijaya (Adia Bag)
 - a. Jelaskan Awal mula berdiri CV. Putra Wijaya (Adia Bag)?
 - b. Apa saja langkah yang dilakukan untuk menjaga kualitas produk Adia Bag?
 - c. Bagaimana proses pemilihan bahan baku untuk memastikan kualitas tetap terjaga?
 - d. Apakah perusahaan menerapkan quality control (QC) pada setiap produk? Jika ya, seperti apa pelaksanaannya?
 - e. Menurut Anda, bagaimana pengaruh kualitas bahan terhadap kepuasan konsumen?
 - f. Fitur apa saja yang menjadi ciri khas dari tas produksi Adia Bag?
 - g. Apakah fitur produk disesuaikan dengan permintaan konsumen? Bisa berikan contoh?
 - h. Bagaimana standar operasional kerja diterapkan dalam menjaga fitur dan fungsionalitas tas?
 - i. Menurut Anda, fitur apa yang paling sering diminta konsumen?
 - j. Bagaimana proses pengembangan desain tas dilakukan di Adia Bag?
 - k. Apakah desain produk mengikuti tren pasar atau memiliki karakteristik tertentu?
 - l. Menurut Anda, apa yang membedakan desain Adia Bag dengan produk tas lainnya?

- m. Bagaimana respon konsumen terhadap desain yang sudah dibuat?
- 2. Strategi Promosi Yang Digunakan CV. Putra Wijaya (Adia Bag)
 - a. Apa tujuan utama dari promosi yang dilakukan oleh Adia Bag selama ini?
 - b. Selain promosi online, apakah Adia Bag juga aktif melakukan promosi secara offline? Jika iya, dalam bentuk apa saja?
 - c. Media sosial apa saja yang digunakan untuk promosi online, dan bagaimana dampaknya terhadap penjualan?
 - d. Bagaimana sistem pemberian diskon di Adia Bag? Apakah berlaku untuk semua jenis pembelian?

B. Pedoman Wawancara konsumen CV. Putra Wijaya (Adia bag)

- 1. Strategi Produk Yang Digunakan CV. Putra Wijaya (Adia Bag)
 - a. Apa yang membuat Anda percaya pada kualitas produk Adia Bag?
 - b. Bagaimana kesan Anda terhadap bahan dan hasil akhir tas yang Anda beli?
 - c. Apakah produk yang Anda terima sesuai dengan ekspektasi dari segi kualitas?
 - d. Menurut Anda, apakah kualitas tas Adia Bag sebanding dengan harganya?
 - e. Apakah tas Adia Bag menurut Anda memenuhi kebutuhan fungsional sehari-hari?
 - f. Bagaimana pendapat Anda tentang kombinasi bahan kulit dan tenun sebagai keunggulan produk?

- g. Pernahkah Anda meminta penyesuaian atau custom pada tas?
Bagaimana hasilnya?
 - h. Bagaimana pendapat Anda tentang desain tas Adia Bag dibanding tas lainnya?
 - i. Apakah desain dan ukuran tas Adia Bag sesuai dengan selera dan kebutuhan Anda?
 - j. Menurut Anda, apa yang membuat desain Adia Bag unik dan berbeda?
 - k. Apakah desain tas ini membuat Anda tertarik untuk membeli ulang atau merekomendasikan ke orang lain?
 - l. Strategi Promosi Yang Digunakan CV. Putra Wijaya (Adia Bag)
2. Strategi Promosi Yang Digunakan CV. Putra Wijaya (Adia Bag)
- a. Bagaimana pendapat Anda tentang promosi Adia Bag di media sosial?
Apakah membuat Anda tertarik untuk membeli?
 - b. Apakah Anda mengetahui Adia Bag pertama kali dari media sosial?
 - c. Pernahkah Anda mendapatkan diskon saat membeli produk Adia Bag?
Jika ya, dalam kondisi seperti apa?
 - d. Menurut Anda, apa saran untuk promosi Adia Bag agar lebih luas menjangkau konsumen?