

- Fadilah, N. (2020). *Pengertian , Konsep , dan Strategi Pemasaran Syari ' ah*. 1(2).
- Fawaid, A. (2016). *EKSPOR DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ( Studi pada PT Kharisma Rotan Mandiri di Sukoharjo )*. 39(1), 1–8.
- Feriyana, W., Selatan, S., & Selatan, S. (2018). *Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta*. 16(1), 21–27.
- Giovani, Aga Rizki, A. M. (2021). *UPAYA PENGEMBANGAN UKM DENGAN MEMANFAATKAN E-COMMERCE TAMAN WALET PASAR*. 2, 48–55.
- Ihza, K. N. (2020). *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(7).
- Itenas, S. K., Geodesi, J. T., & Teknik, F. (2020). *Desain Kartografi Peta Kampus*. 17–22.
- Jaya Bahwiyanti, Sugiannor, J., Bisnis, E., & Jurnal, S. (2018). *jieb : jurnal ilmiah ekonomi bisnis. marketing mix*, 58–68.
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). *Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Learning Management System (Lms) Berbasis Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah*. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13. <https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Kiki Joesyiana., & Manajemen, K. (2018). *Penerapan Metode Pembeajaran Observasi Lapangan (OUTDOR STUDY) Pada Mata Kuliah Manajemen Operasional*. 6(2), 90–103.
- Maleha. (2021). *Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Di Desa*

- Sugih Waras*. 7(april 2020), 1441–1448.
- Malikussaleh, D., Di, M., & Wonosari, D. (2020). *KECAMATAN BENGKALIS Candra Alfian , Titin Sumarni \**. 1(2), 1–16.
- Malikusasaleh, D. I. P., Ekonomi, F., & Malikussaleh, U. (2018). *Gaya kepemimpinan dan praktek bisnis serta pengaruhnya terhadap kinerja ukm di propinsi aceh*.
- Maulina Hendrik (2018). *Penentuan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks IFAS-EFAS*. 238–245.
- Maulina Hendrik, K., Dyza, P. T., Medan, S., & Nasution, O. M. A. (2019). *Universitas Dharmawangsa Jurnal Warta Edisi : 59 Januari 2019 | ISSN : 1829-7463 Universitas Dharmawangsa*.
- Mubarok, N. (2017). *Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista*. 3(1), 73–92.
- Muhajirin, maya panorama. (2018). *pendekatan praktis metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*.
- Moniaga Brenda Rapunzel, Warung, P., & Di, S. (2017). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT MANADO*. 17(02), 24–35.
- Nagel, J. F. (2019). *Pendampingan bisnis melalui strategi menangkap peluang usaha pada usaha mikro kecil dan menengah di koperasi setia bhakti wanita surabaya*. 2(1).
- Nalini. (2018). *Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi*

*kewirausahaan terhadap kinerja ukm kota makassar. 5(1), 95–111.*

Nurngaeni, A. (2021). *AmaNU : Jurnal Manajemen dan Ekonomi AmaNU : Jurnal Manajemen dan Ekonomi AmaNU : Jurnal Manajemen dan Ekonomi AmaNU : Jurnal Manajemen dan Ekonomi. 4(2), 192–202.*

Nuzul, S., Nalini, L., & Kunci, K. (2021). *Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. 4(1), 662–669.*

N. Lilis Suryani et al, U., Reliabilitas, U., Klasik, U. A., & Berganda, A. R. (2019). *Jurnal Ilmiah, Manajemen Sumber Daya Manusia. 2(3), 419–435.*

Putri, T., Setyani, H., Ekonomi, F., Dirgantara, U., & Suryadarma, M. (2020). *pengaruh kualitas produk dan cira merek terhadap keputusan pembeian. 1(1), 92–102.*

Robert C.Y. Korompis. (2017). *PENGARUH SIKAP KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (Persero) CABANG MANADO. 5(2), 1238–1249.*

Samud, S. (2020). *INKLUSIF : JURNAL PENGKAJIAN PENELITIAN STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN. 2, 204–214.*

Sandi Hesti Sondak, dkk, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2019). *FAKTOR-FAKTOR LOYALITAS PEGAWAI DI DINAS PENDIDIKAN DAERAH PROVINSI SULAWESI UTARA. 7(1), 671–680.*

Santoso, T., Produk, P., Set, P., Inverter, H. D., Pada, P. K., & Santoso, R. (2018).

*PENGARUH PENJUALAN TUNAI, PENJUALAN KREDIT, DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP LABA PENJUALAN PRODUK PIPA SET HD INVERTER 1 PK. 3*(November), 105–132.

Sesra Budio, sekolah tinggi agama islam Y. (2019). *Oleh : Sesra Budio Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat Abstrak Pengelolaan sekolah semakin penting dan menuntut perhatian yang sungguh-sungguh dari semua pihak yang terkait . Kurikulum , sarana prasarana , tenaga pengajar dan komponen lain bel. 2*(2), 56–72.

Suci Arischa., Pekanbaru, K., Fax, T., & Bab, I. (2019). *ANALISIS BEBAN KERJA BIDANG PENGELOLAAN SAMPAH DINAS LINGKUNGAN HIDUP DAN KEBERSIHAN KOTA PEKANBARU. 6*, 1–15.

Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). *PERKEMBANGAN UMKM ( USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH ) DI INDONESIA. 6*(1), 51–58.

SURIANI, S. D. P. D. L. (2017). *STRATEGI PEMASARAN PRODUK RANGKA ATAP BAJA RINGAN PT. HARI REZEKI KITA SEMUA. 3*(2).

Sugiannor, T. (2017). *yang muncul kemudian. Perkembangan teknologi media elektronik modern misalnya telah menyatukan individu dalam sebuah jaringan komunikasi yang lebih bersifat instan yang disebut. 1*, 202–224.

Taufiq., & Syariah, E. (2016). *ETIKA PERDAGANGAN DALAM AL- QUR'AN Oleh: (Dosen IAIN Lhokseumawe). 112–124.*

Wibowo, D. H. (2019). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK*

*MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM ( Studi pada Batik Diajeng Solo ).*  
29(1), 59–66.

William, J., Pengabdian, J., Masyarakat, K., & Komputer, F. I. (2015). *SISTEM INFORMASI UKM BERBASIS WEBSITE PADA DESA SUMBER JAYA.*  
01(1), 1–16.

Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia.* 4(September), 384–388.  
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>

Yani, P. E., Asahan, U., Jend, J., Yani, A., & Sumatera, K. (2019). *KONSEP PEMASARAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Hilmiatus Sahla*  
*Gambar 1 Konsep Pemasaran.* 5, 57–61.

Yenti Sumarni, P., Dan, E., Bengkulu, I., & Indonesia, C.-. (2020). 2.

Zulkarnaen, M., No, V., Issn, S., E-issn, D., Di, M., Dasan, D., Kecamatan, T., & Barat, K. L. (2021). *Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Jurnal Kompetitif: Media Informasi Ekonomi Pembangunan , Manajemen dan Akuntansi Vol . 7 No . 2 , September 2021 ISSN 2460-5298 , Dan E-ISSN.* 7(2), 14–29.