

DAFTAR PUSTAKA

- Alfani, M. H. (2018). Analisis Pengaruh Quality of Work Life (Qwl) Terhadap Kinerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Bank Bri Syariah Cabang Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–13. [https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1\(1\).2039](https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1(1).2039)
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107.
- Inovasi, J., Bahasa, P., & Vol, S. (2021). *LANGUAGE: Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa dan Sastra Vol 1. No 1. Agustus 2021* 43. 1(1), 43–50.
- Irmayansyah. (2016). Jumlah Media Promosi Brosur di Sekolah Menengah Kejuruan: Irmayansyah. *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Informasi Volume*, 6(2), 12–24.
- Masitah, Abdullah, & Illyas. (2018). E-Commerce Penjualan Pakaian Pada. *Journal Intra-Tech*, 2(2), 1–11. <https://journal.amikmahaputra.ac.id/index.php/JIT/article/download/28/26>
- Masturi, H., Hasanawi, A., & Hasanawi, A. (2021). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 1–208.
- Mujiatun, S. (2021). *Strategi Promosi Pedagang UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus UMKM Lingkungan Universitas Muhammadiyah)*. 2(1), 1170–1177.
- Repi, O. W., Lumanaw, B., Wenas, R. S., Promosi, P. B., Merek, K., Persepsi, D. A. N., Minat, T., Di, B., Pada, B., Fakultas, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan

- Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 110–119. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30583>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Ekstraksi Data Produk E-Marketplace Sebagai Strategi Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler. *Sistemasi*, 9(1), 73. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i1.580>
- Wijaya, H. (2018). Analisis Data Kualitatif Model Spradley. *Research Gate, March*, 1–9. <https://www.researchgate.net/publication/323557072>
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Depan* (Issue March).