

DAFTAR PUSTAKA

- Ahwan, Z., & Marzuki, M. E. (2021). Model Konstruksi Komunikasi antar Faith Based Organization dalam Meminimalisir Interfaithconflict pada Pelestarian Adat dan Tradisi Budaya Suku Tengger Tosari Pasuruan. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 136-149.
- Adriansyah, D. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Bandung. 3(3), 123–128.
- Akkas, N., & Marwana, H. (2019). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Cv . Anugerah Perdana Palu Analysis Of The Effect Of Marketing Mixed Strategy On Purchase Decisions To Buy Honda Motorcycle In Cv . Anugerah Perdana Palu. 6, 105–110.
- Amilia, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha Kota Langsa. 4(1), 26–37.
- Azizah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Selebgram Endorse Dika Bj, Paid Promote, Dan Online Costumer Review Terhadap Minat Beli Produk Tas Lucu Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 4394-4408.
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S. A., Saidah, I. N., Nurrochmani, A., & Ahwan, Z. (2021). Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19:(Tinjauan Teori Opinion Leader Paul Lazarfield). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 101-114.
- Basuki, N. G. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk Di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan. 6(1), 48–54.
- Bernard E.S, E. (2019). *Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Jakarta*. 22(2), 92–114.
- bps. (2021). *Perekonomian Indonesia Selama Masa Pandemi*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Budiono, A. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian*. 17(02), 1–15. <https://doi.org/10.25134/equi.v17i02.ABSTRACT>
- Cambridge, D. (2020). No Titl. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-indonesian/kepuasanpelanggan>
- Cravens, D.W, Piercy, N. . (2013). *Strategic Marketing*. *Asian*

Journal of Innovation and Intrepreneurship, 03(September 2018), 261–271.

- Dinkop, K..(2021)..*Jumlah UMKM Kabupaten Mojokerto*. Pungging.Mojokertokab.Go.Id.
<http://pungging.mojokertokab.go.id/berita/bantuan-produktif-usaha-mikro-bpum-sebesar-rp-12-juta-per-orang-1628142457>
- Dwi, Y. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Profitabilitas Pada UmkmKripik Buah Di Kota Batu*. 231–238.
- F.W.Mamonto, W. J. F. A. T. (2021). Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era Jurnal Emba Vol .9. ISSN 2303-1174, 9(2), 110–121.
- Febriyani, F. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli. 4, 243–247.
- Ghozali, L. (2015). *Partial Least Squares SmartPLS 3.0* (2nd ed.).
- Henny, W. (2019). Pengaruh Kualiatas Layanan dan Store Atmosphere TerhadapKepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta) Henny Welsa Muhamad Khoironi. 1–16.
- Hesty Octafiani, & Zainul Ahwan. (2022). Assistance in Strengthening Tourism Communication Skills in The Coban Goa Jalmo Tourism Awareness Group, Cendono Village, Pasuruan Regency. Soeropati: *Journal of Community Service*, 4(2), 92-105.
- Hurley, R. (2015). *Innovation , Market Orientation , and Organizational Learning : An Integration and Empirical Examination*. August 2015. <https://doi.org/10.2307/1251742>
- Jogaratnam, G. (2017). *International Journal of Hospitality Management* The effect of market orientation , entrepreneurial orientation and human capital onpositional advantage : Evidence from the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 60, 104–113. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.002>
- Kotler, K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. E- Jurnal Riset Manajemen, 1–11.
- Lestari, R. (2019). Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Profitabilitas . 4. Mahfudy, K. A. (2020). MATRIK Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Hasil Omset UMKM Mahasiswa Teknik industri UMG. XXI(1). <https://doi.org/10.350587/Matrik>
- Murtadlo, K., & Utomo, D. (2024). Sustainability Analysis of MSMES in Sampang Regency Based on Multidimensional Scaling. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1211-

1226.

- Nubaila, R. S., & Huda, M. (2024). Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan). *Journal of Management and Business (JOMB)*, 6(1), 305-314.
- Nyoman, N. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Profitabilitas melalui Minat Beli Customer sebagai Variabel Intervening pada Usaha Pudding Art di Kota Denpasar*. 03, 327–335.
- Putra, J. (2018). *Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 5(2), 181–190.
- Putrawan, I. M. (2017). *Pengujian Hipotesis Dalam Penelitian-penelitian (1st ed.)*. Riduwan, K. (2021). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (8th ed.)*.
- Satria, T. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Profitabilitas UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19 *The Effect of Marketing Strategy on Improving*
- Sulhan, S. S. (2024). Pengaruh Brand Personality dan Produk Quality Terhadap Brand Love dan Brand Brand Loyalty pada Depo Bangunan Sidoarjo. *Journal of Economic, Management and Entrepreneurship*, 2(1), 21-31. *SMEs Performance is moderated by Technology during the Covid-19 Pandemic*. 22(2), 245–260. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7395>
- Setyawati, I. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan laba UMKM*. 20, 343–347.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (2018). *Market Orientation and Learning Organization*. July 1995. <https://doi.org/10.2307/1252120>
- Soetjipto, N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (2nd ed.)*.
- Tjiptono, F. dan G. C. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Oleh : Andri Rizko Yulianto. *Bina Sarana Informatika (BSI). Jurnal Ekonomi*, 20.
- Utamingsih, A. (2016). *Pengaruh Orientasi Pasar Inovasi dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Profitabilitas Pada UMKM Kerajinan Rotan Desa Teluk Wetan Jepara*. 31(2), 77–87.
- Riduwan, K. (2021). *Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis (8th ed.)*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (2nd ed.)*.