

DAFTAR PUSTAKA

- Alberto, K. (2019). *Pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keberhasilan usaha*. 4(4).
<https://doi.org/https://www.academia.edu/download/106980644/1344.pdf>
- Ayem, S., Putri, F. K., Jannah, S. N., Hernindya, N. R., Yasinta, M., & Putri, S. (2024). *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis*. 7, 35–43.
- Diah Ernawati. (2019). *PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*. 7, 17–32.
- Efnita, T. (n.d.). *PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WEDDING ORGANIZER ABSTRAK*. 2(2), 107–115.
- Efrina, L., & Akbar, E. E. (2023). *Analisis pengaruh lokasi usaha dan penetapan harga jual dalam perspektif ekonomi islam 1*. 08(01), 3–8.
- Fandy Tjiptono. (2018). *. Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4. Andi. Yogyakarta*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Juliati, N. (2025). Larangan Riba dalam QS. Al-Baqarah 275–276: Studi Komparatif Tafsir Al-Qurthubi (Klasik-Fiqhi) dan Tafsir Al-Mishbah (Kontemporer-Kontekstual). *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi*, 4(2), 111–124. <https://doi.org/10.31958/lathaif.v4i2.15890>
- Karim, A. (2004). *Bank Islam: Analisis fiqih dan keuangan*.
- Kasmir, S., & Gill, L. (2018). *The Anthropology of Unevenness and Combination*. 59(4), 355–377. <https://doi.org/10.1086/698927>
- Kotler, P. (2018). *Principle Of Marketing. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, P. T., Armstrong, G., Armstrong, G., Kotler, P., Solomon, M. R., Greg, W., & Stuart, E. W. (2025). *Principles of Marketing*. 122–131.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Mankiw, N. G. (2016). *The Tradeoff between Nuance and Clarity*. 169–170.

<https://doi.org/10.1057/eej.2015.58>

- Melani, S. I., & Nasution, L. (2022). *PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA UMKM KULINER DI LAPANGAN SEGITIGA LUBUK PAKAM Suci*. 4(2), 31–46.
- Muchlis, A., Asnia, M., & Umrah, T. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah METANSI "Manajemen Dan Akuntansi"*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- muhammad R, Rahim, E. (2021). Roni Mohamad 1 dan Endang Rahim 2. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH Endang Rahim 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo 2 Ema. *Journal Mutawazin*, 2(1), 15–23. <https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/MUTAWAZIN/article/view/113/76>
- Novaldi, M., Elvia Zahara, A., & Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UMKM Pak Dj Oleh-oleh Khas Jambi). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1, 81–93.
- Nugroho, F., Anggeraeni, E., & Susanti, Y. (2025). *PENGARUH INOVASI PRODUK, LOKASI USAHA, DAN MEDIA KULINER KOTA PAGAR ALAM DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI KASUS UMKM KULINER KOTA PAGAR ALAM, PROVINSI SUMATERA SELATAN)*. 10(2), 112–123.
- Nur Wahyudi. (1945). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO DI KECAMATAN SUNGAI KUNJANG*.
- Primiana, I. (2015). *EFFECT OF COMPETITIVE STRATEGY AND PARTNERSHIP*. III(4), 1–18.
- Putri, N. M. D. M. (2016). *Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening)*. 9(2), 142–150.
- Radana, E. E., Hartono, A., & Ulfah, I. F. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pada Umkm Di Kecamatan Ponorogo. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 773–793. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.628>
- Raden, N. hayat. (2025). *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Dompu Abstrak Pendahuluan*. 8(3), 1514–1522.
- Razak, I. (2016). *PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI*. 4(2), 1–8.

- Rijki, A. M., Syariah, M. B., & Ekonomi, F. (2024). *Pengaruh Pengalaman Usaha dan Strategi Promosi Viral terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil Ditinjau dari Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Kuliner di Kota Bandar Lampung)*. 3(2).
- Rini Mutianisa, R. R. C. (2024). *Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha*. 2.
- Risgiyanti. (2020). *IN REDUCING THE NEGATIVE IMPACT OF ORGANIZATIONAL CYNICISM ON*. 18(4).
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Shinta, S., Haliza, N., & Sirad, M. C. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT (STUDI KASUS PERUSAHAAN GETI UD PRIMADONA TULUNGAGUNG)*. 3(4), 191–201.
- SOFA, S. (2023). PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE PADA MAHASISWA FEBI INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1444 H / 2023 M INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO. *Syariah, Jurusan Ekonomi*.
- Sudarsono, H. (2017). *Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia Pendahuluan Return on Aset (ROA) atau profitabilitas merupakan rasio yang digunakan*. 8, 175–203.
- sugiyono. (2019). *metode kuantitatif dan kualitatif*.
- Sugiyono, P. D. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*.
- Suliyanto. (2011). *PERBEDAAN PANDANGAN SKALA LIKERT SEBAGAI SKALA ORDINAL ATAU SKALA INTERVAL 1)* Suliyanto 1. 978–979.
- Wahyuni, S. (2020). pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan usaha mikro kecil. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 41–45.
- Wening, P. M., & Nurkin, A. (2022). *Business and Accounting Education Journal. Business And Accounting Education Journal*, 3(3), 330–346.
- Will, F. (1996). *Islamic business ethics*. 20170(703).
- Wirawan, S. (2023). UMKM sebagai sektor informal walaupun tidak memiliki pendapatan yang begitu besar dibandingkan dengan sektor formal, namun sektor informal mampu memberikan peluang yang lebih banyak untuk memperoleh pendapatan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(10), 1931.

- Yamin. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM Keripik Pisang Di Gang PU Bandar Lampung. *Pengaruh; Promosi; Volume Penjualan*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1460>
- Yudi, R. tri. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Probolinggo Jawa Timur*. 36–44.
- Yusvita apriliyan. (2023). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN LOMBOK BARAT*. 292–306.
- Zuhdi, Sujana, M. (2025). (*Natural Sciences*) *The Contribution of Small and Medium Enterprises (SMEs) to Economic Growth in Developing Nations*. 52(4).
- Zulnanda, muslim I. (2023). *FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR RAKYAT KOTA PARIAMAN* Hanifa Zulnanda) 1 , Irwan Muslim) 2* 1. 1(1), 1–21.