

DAFTAR PUSTAKA

- Adalina, Y. 2008. *Analisis Finansial Usaha Lebah Madu Apis Mallifera L. Jurnal Penelitian dan Konservasi Alam*. 5 (3): 217-237.6.
- Agus Hardiyanto, I. S. 2018. Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata di Sentra Pengrajin Keris. *OPSI-Jurnal Optimasi Sistem Industri* , 11 (1), 1-13.
- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.156>
- Alfayed, E., Ramadeli, L., Agnestasia, R., Amalina, V., Swid, Z. H. O., & Riofita, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaean Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktokshop. *Jurna; Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 195–2021.
- Anggraini, N., Fatih, C., Zaini, M., Humaidi, E., Sutarni, & Analianasari. (2020). Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Nasional*, 1(1), 36–45.
<https://jurnal.polinela.ac.id/index.php/JPN/index%0Ahttps://jurnal.polinela.ac.id/JPN/article/view/1642>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477.
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Desiaty. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Pt. Columbia Kotamobagu. *Jurnal Administrasi Bisnis UNSRAT*.
- Egha, H., Widiastomo, H., & Achsa, A. (2021). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. *Kinerja*, 18(1), 15–23.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/7523>
- Eni Suhesti, Yogi Roni, Rina Novia Yanti, Ambar Triratna Ningsih, H., & Program. (2023). *Kualitas dan Preferensi Konsumen Terhadap Madu Lebah Apis*. 40(2), 87–96. <https://doi.org/10.55981/jphh.2023.766>
- Ernanda, Y., Butar-Butar, M., & Ritonga, R. R. (2022). Pemanfaatan Media Online Dalam Meningkatkan Pemasaran Hasil Produksi Lebah Madu Masyarakat Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Medan Maimun. *Medani : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 77–82. <https://doi.org/10.59086/jpm.v1i2.174>
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen pada toko donat madu lapai*. 3, 593–604.
- Fitriani, L. E., & Siswahyudianto. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan penjualan Olahan Sari Nanas Pada PT. Putra Jaya Nanas. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(3), 248–254.
- Handayani,R,D dan Rahmawati, D. (2019). Pengembangan Pemasaran Madu Lebah Dengan Bauran Pemasaran 4PDi Desa Ciburial, Kampung Cikurutug

- Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Hal 1-10.
- Hendro, J. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Produk Pupuk Organik Hemal Bio Di Pt. Hemal Agrinusa Jakarta. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(2), 194–207. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i2.134>
- Kertayoga, I., Desfaryani, R., Kusmaria, & Luluk Irawati, D. (2023). Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Intensitas Pembelian Madu Suhita. *Journal of Food System and Agribusiness*, 7(1), 13–20.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/download/38118/34843/81259>
- Lupi, F. R., & Nurdin. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 20–31.
- Muslim, M. T. (2020). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 1(2), 56–64. <https://doi.org/10.37150/jimat.v1i2.983>
- Raisa, A., Srikandi, S., & Hutagaol, R. P. (2018). Kualitas Madu (Keasaman, Kadar Air, Dan Kadar Gula Pereduksi) Berdasarkan Perbedaan Suhu Penyimpanan. *Jurnal Sains Natural*, 6(2), 52. <https://doi.org/10.31938/jsn.v6i2.160>
- Rompas, J. J. I., KIROH;, H. J., & KAWATU, M. M. H. ;MERR. D. R. (2023). *Mengenal Lebah Madu (Apis spesies)*.
- Royani, V. A., Amiruddin, A., & Suparyana, P. K. (2023). Strategi Pengembangan Usahatani Madu Trigona Di Sekitar Kawasan Hutan Rarung. *Jurnal Hutan Lestari*, 11(1), 235. <https://doi.org/10.26418/jhl.v11i1.65410>
- Vahleffi, I. A., Humaidi, E., & Handayani, S. (2021). *Efektivitas penggunaan sosial media dalam penjualan produk madu suhita di PT ZYN*. 1–8.
- Wahyuni, N., Ade Irman Saeful Mutaqin S., & Akbar Gunawan. (2019). Pengenalan dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 1(6), 31–39. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/Dinamika/article/viewFile/8758/5837>
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing. *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, 2(2), 12–17. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jsitee>
- Wulansari Dd. Madu : Sebagai Terapi Komplementer 2018. Yogyakarta: Graha Ilmu;
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. 2022. Penggunaan Shopee sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Jual Produk sebagai Narahubung Sosial Marketing.

LAMPIRAN