

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Alam, W. Y., Purnamartha, E., Putri, W., Audina, F., & Kharisma, R. (2024). Analisis SWOT Strategi Pemasaran (Studi Kasus pada Percetakan Mentari Jaya Dukuh Menanggal Surabaya). *YUME : Journal of Management*, 7(2), 1014–1019.
- Atasoge, immawan A. Ben, & Putri, F. M. E. (2024). Konsep Pemasaran UMKM Berbasis Digital dan Non Digital Dalam Perspektif Syariah. *ProBusiness: Management Journal Journal*, 15(4), 715–721.
- Eri Barlian. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kantitatif*. 6.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep Dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- Ferdinand, D. Y. Y., & Tresyanto, C. A. (2020). Buku Ajar Strategi Pemasaran Umkm (1st ed.). CV. Putra Media Nusantara (PMN),.
- Gunawan, G. L. C. (2021). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(2), 166–175. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i2.1738>
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2019). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 421–430. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4006>
- Keller Kevin Lane dan Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008),
- Lutfi. (2019). Strategi Pemasaran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Mahfud, M. H. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>

- Malik, I. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.29103/njiab.v3i1.3051>
- Muslimin, Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149. <https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>
- Nggini, Y. H. (2019). Analisis Swot (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 141. <https://doi.org/10.38043/jids.v3i1.1739>
- Nirmasari, D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Ed. Melinium; Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2004), h.81. h. 85.
- Pratama, A., Nuranggraeni, R., Selawati, S., Kusumawardani, I., Widyan Akbar, I., Maulana, A., Zamani, A. S., Azis, M. L., Bahari, D. W., Andayani, R., Nurfitroh, M., Juwita, V., Nurlinda, S., Widiana, W., Yulvia, S., Wahyuni, O. S., Nuraeni, I., Noviantie, R., Jakiya, A., & Rachmadania, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran pada UMKM Roti Wancina Rasa di Desa Gunung Tanjung. *East Journal of Innovative Community Services*, 2(03), 139–144. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v2i03.249>
- Puspitarani, K. S., Al Rasyid, H., Utomo, T. P., & Suroso, E. (2023). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan kinerja karyawan (Studi kasus di PT Japfa comfeed Indonesia Tbk. Poultry Breeding Division Unit Hatchery Sukajawa). *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(2), 224–232.
- Putra, I. G. N. A. B. (2019). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20106>
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Sari, A. M. P., Safitri, J. N., & Fitriyanti, S. (2021). Analisa Sistem Pemasaran

- Industri Mebel Di UD. Sumber Utama. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(1), 11–22. <https://doi.org/10.30605/atjpm.v3i1.1359>
- Sari, R. J. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Sari, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kupi) (Vol. 8, Issue 75) [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh].
- Sitio, A., & Simamora, S. C. (2019). *Strategi Emasaran Umkm* (R. P. Sitio (ed.); 2nd ed.). STKIP MUTIARA BANTEN.
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Sri Lestari Triyaningsih. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12, 37–46.
- Syarifuddin, L. Mandey, S., & J.F.A Tumbuan, W. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency*.
- Yasmin, M. A., Agata, N. E., Nauli, A., & Mauboy, R. V. (2024). *Literature Review : Strategi Pemasaran Marketing Mix terhadap UMKM Lokal*. 7(2), 287–294.
- Yuliana, & Ardansyah. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 309–320. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>