

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Asrinda. 2011. Perbandingan Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Periklana Promosi. Jakarta.
- Amalia, (2016), “Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT Pada Perusahaan “Popsy Tubby”, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis,
- Angga, P. 2018. Produktivitas Kedelai Provinsi Jatim 2014-2018. Badan Pusat Statistik. Surabaya.
- Anggraeni, pratiwi. 2017. Analisis SWOT Pada UMKM Tempe Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Universitas Brawijaya. Malang.
- Ariyanti, E. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe Bekasi (Studi Kasus Pada Usaha Tempe Bapak Tochari. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen, Jakarta.
- Assauri, Sofyan. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Universitas Indonesia. Jakarta.
- BNS. 2012. Tempe: Persembahan Indonesia Untuk Dunia. Jakarta: Badan Standarisasi Nasional.
- BPS Indonesia dalam angka, 2016, diakses tahun 2021
- BPS Indonesia dalam angka, 2014, Data Penggolongan Pendapatan Kota Surabaya. Surabaya. diakses tahun 2023
- Cahyadi,W. 2008. Kedelai Khasiat dan Teknologi. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Dwi, Wahyu. 2020. Analisis Perkembangan Harga Bahan Pokok Di Pasar Domestik Dan Internasional. Jurnal Kementerian Perdagangan. Ministry Of Trade. Jakarta.
- Dwi, Wahyu. 2021. Analisis Perkembangan Harga Bahan Pokok Di Pasar Domestik Dan Internasional. Jurnal Kementerian Perdagangan. Ministry Of Trade. Jakarta.
- David, Fred R. 2011. Manajemen Strategis Konsep, Buku 1. Ed. 12. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Effendi. 2003. Strategi Komunikasi Pemasaran. Vol 4. No. 103. PT Tirta Ratna. Bandung.
- Ferdinand, A. 2012. *Structural Equation dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Undip

- Febrianti, Oei Venny., Marcellia Susan. 2014. Usulan ALternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). E-Journal Graduate Unpar. Volume 1.
- Freddy, F. 2016. Analisis SWOT: Teknis Membedah Kasus Analisia SWOT.
- Frs. 2022. Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Siaran Pers. HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022
- Galavan, R. (2014). Doing Business Strategy.Ireland: NuBooks
- Hayati, 2016. Jurnal Kandungan kedelai dan produk pangan. Vol 2. Jakarta.
- Hikma, S. 2021. Strategi Pemasaran Agroindustri Tempe Di Kelurahan Tompobalang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Hurryati. 2008. Pengaruh Karakteristik Komunikasi Pemasaran Terhadap Efektivitas Komunikasi Pemasaran. Vol 1. No 1. Semarang.
- Jullyan, R. 2018. Analisis Perkembangan Industri Tempe Sentral Tenggilis Surabaya Melalui Analisa SWOT. Universitas Surabaya. Surabaya
- Kotler, & Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Santia, T. 2020. Manajemen Strategis Konsep, Buku 1. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Suryani, S. 2019. Strategi Pemasaran Perusahaan Tahu Studi Kasus Tahu “Bulu Laga”, Di kecamatan Lembah Melintang, Kabupaten Pasaman Barat.
- Schiffman, Leon dan Lestie L Kanuk. 2015. Consumer Behavior (11th Edition. New Jersey: Pearson Education
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung
- Sumarwan. 2015. Analisi Pengaruh Pendidikan terhadap Pembelian Tempe di UD. Hasanah Abadi Bandung. Bandung.
- Soelistya, D., Je, D., Ayu, D., & Rasmi,C. (2013). Pengaruh Penambahan Ekstrak Buah Durian (Durio Zibethinus Murr.) Terhadap Daya Terima Yogurt Tempe Oleh: Herlin Yuliani , 13(2)
- Tia, I. 2018. Strategi Pengembangan Usaha UMKM: Analisis SWOT dan EFE-EFI. Universitas Pancasila.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Publisher.

- Undang-Undang No.20 Pasal 1 dan Pasal 6 Tahun 2008. Dikases tahun 2021
- Rangkuti, F. (2009). Strategi promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizqi, I. (2020). Strategi Pemasaran Tempe “Ali Oncom” (Kasus di Home Industri Tempe “Ali Oncom”). Cirebon. Paradigma Agribisnis
- Prasetya, R. 2018. Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Tempe Nasabah Lembaga Keuangan Mikro. Surabaya. Jurnal Unipma. Vol, 6. No 1.
- Prayoga, K. 2015. Komunikasi Pemasaran, Manajemen, dan Bisnis. VOL 1, NO 3. Universitas Mercu Buana
- Prameswari M. 2019. Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Tempe, Kota Surabaya. Vol 8, No 2. Universitas Pembangunan Nasional. Surabaya
- Pratiwi, A. 2017. Analisis Swot Pada UMKM Keripik Tempe Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Universitas Negeri Malang. Malang
- Nuraisiah, R. (2021). Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Home Industri Di Kota Cilegon Provinsibanten. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 3(01), 65-81.
- Nuraini, (2021). Strategi Pengembangan Agroindustri Tempe Di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. Universitas Lampung. *Journal Food System and Agribusiness, Vol 05 (2)*
- Vika, A. 2022. Nilai Impor Kedelai Menurut Negara Asal. DataBoks.
- Wahyu, M. 2020. Metode Marketing Mix dan Analisis Dalam penyusunan Strategi Bersaing Pada IKM Keripik Tempe. Universitas Madura. Jurnal Mercu Buana.
- Wiyono, Gendro. 2011. Merancang Penelitian Bisnis: dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Stanton J. William, 2010, Prinsip Pemasaran, Penyadur Y. Lamarto, Edisi ke 7, Jakarta : Erlangga.
- Zaharrudin. 2016. Teori Komunikasi dan Aplikasi promosi. Edisi 3. No 81. Penerbit Salemba Humanika. Jakarta