

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianah. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada P.T. Ardan Masogi Tbk Di Kota Pare-Pare. *Jurnal Economix*, 5(1), 11–22.
- Aminy, A., & Fithriasari, K. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Bagi UMKM Di Jawa Timur. *Seminar Nasional Official Statistics, 2020*(1), 15–22. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.646>
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (I). Prenhalindo.
- Ardianti, P. N. H., Suwandewi, P. A. M., & Danini, D. A. R. (2020). BISNIS KULINER ONLINE, SOLUSI USAHA DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *Prosiding Webinar Nasional Peranan Perempuan/Ibu Dalam Pemberdayaan Remaja Di Masa Pandemi COVID-19, Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 122–130. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/prosidingwebinarwanita/article/view/1250>
- Aryansah, J. E., Mirani, D., & Martina. (2020). STRATEGI BERTAHAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH SEKTOR KULINER DI MASA PANDEMI COVID -19. *Seminar Nasional AVoER XII, November*, 323–329. <http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/AVoer/article/download/687/493>
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Astutik, E. D., Silalahi, C. F., Azizah, A. I., Nur, E., Gista, S. Al, & Alfarizi, R. (2021). Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen STRATEGI BISNIS “ CEJEDW FROZEN FOOD ” PADA MASA PANDEMI COVID-19 Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5, 14–29.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Baadila, N. R., Tjahjono, E., & Mulyati, A. (2020). *ANALISIS SWOT SEBAGAI ALAT BANTU DALAM MENETAPKAN STRATEGI PEMASARAN UD. RIZKY BAROKAH SURABAYA*. 1–9.
- Baroto, T., & Purbohadiningrat, C. (2014). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ppob Kipo Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm. *Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 88. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol15.no1.88-102>
- Chandra, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Efendi, E. (2018). Peranan Kerjasama Bisnis Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Toko Media Print Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 2(2), 5–11. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v2i2.29>

- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi COVID-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, *IX*(1), 18–24. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/4316>
- Delima, I. D., Amanah, S., & Tjitropranoto, P. (2016). Kompetensi Pemilik dan Pekerja Usaha Mikro Makanan Ringan tentang Mutu Produk di Cilegon dan Pandeglang, Provinsi Banten. *Jurnal Penyuluhan*, *12*(2), 168–182.
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *Jurnal Industri Dan Perkotaan*, *17*(2), 6–13.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Managemnt*, *6*(1), 120–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Effendy, O. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis Dalam Islam* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Guisi, Z. Z. (2018). THE EFFECT OF MARKETING MIXED STRATEGY ON MARKETING PERFORMANCE AND COMPETITIVE EXCELLENCE IN SHOPPING MALL IN BADUNG AND DENPASAR REGENCY. *JAGADHITA:Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *5*(1), 33–40. <https://doi.org/10.22225/jj.5.1.438.33-40>
- Gultom, H. J., Sebayang, E. S., & Sitorus, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perhitungan Harga Jual Untuk Usaha Serapan Pagi. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, *3*(2), 87–95.
- Hardiyanto, A., Soejanto, I., & Berlianty, I. (2018). Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata Di Sentra Pengrajin Keris. *OPSI – Jurnal Optimasi Sistem Industri*, *11*(1), 1–13. <https://doi.org/10.31315/opsi.v11i1.2193>
- Haryadi. (2006). *Teknologi Pengolahan Beras*. Gajah Mada University Press.
- Hasanah, T. U., Nurhadi, & Rahman, A. (2021). Modal Sosial dan Strategi Kelangsungan Usaha Sektor Informal Pedagang Kaki Lima pada Era Pandemi COVID-19. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *17*(2), 58–70. <https://doi.org/10.21831/socia.v17i2.35754>
- Hutagalung, C. N., Nusril, & Adiprasetyo, T. (2012). STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN MAKANAN KHAS BENGKULU PADA SENTRA OLEH-OLEH ANGGUT KOTA BENGKULU: APLIKASI AHP DAN SWOT MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY OF BENGKULU TRADITIONAL FOOD IN SOUVENIR SHOP AREAS OF ANGGUT BENGKULU CITY: APPLICATION OF AHP AND SW. *11*(2), 204–219.
- Irianto, Fitriarni, D., & Arahman, E. (2021). Analisa Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jajanan Pasar Pada Masa Pandemi

Covid-19 Di Kecamatan Delta Pawan Kabupaten Ketapang. *Journal of Food System* & ..., 5(1), 19–27.
<https://jurnal.polinela.ac.id/index.php/JFA/article/view/1790>

Juliandi, F., Niati, A., & Rizkiana, C. (2021). STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(3), 181–190.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (14th ed.). Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kusuma, T. W. (2015). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT BAGI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT HIKMAH CIPTA PERKASA JAKARTA. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1), 111–126.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

Mandasari, D. J., 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 ISSN*, 13(1), 123–128. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>

Marcelina, J., & Tantra, B. (2017). *PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIHAN PADA GUEST HOUSE DI SURABAYA*. 2015, 4.

Maria, V., & Shavab, F. A. (2021). Strategi Pemasaran Keripik Tempe Pada Situasi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Home Industry Nikmat Sari Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang Provinsi Banten). *Tirtayasa EKONOMIKA*, 16(1), 145–155.

Marthalina. (2018). Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan*, 3(1), 59–76.

Mudatsir. (2020). *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Mr. Yess Cofee Di Kota Benteng Selayar*. 1–14.

Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Musthofa, A. M., Mulyatno, B., & Mukson. (2019). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BUAH SEMANGKA DI GABUNGAN KELOMPOK TANI (GAPOKTAN) TANI MAKMUR DI DESA CABEAN KECAMATAN DEMAK KABUPATEN DEMAK*. 3(2), 1–10.

Narto, & HM, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro

- Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Noviyanti, E., & Suprajang, S. E. (2015). *Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dan Keputusan Pembelian Pada Ud. Prima Tulungagung*. 31–47.
- Oktaviani, T. K. (2018). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL PENGRAJIN TEMPE (Studi Kasus: Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang)*.
- P Ernisolia, M. (2014). *STRATEGI PEMASARAN AGROINDUSTRI PANCAKE DURIAN DI KOTA MEDAN*.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 0(0), 59–64. <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Perdamaian, P. D. J., Puspita, A., & Frida, N. (2020). Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 28–36. <https://aktiva.nusaputra.ac.id/article/view/61>
- Philipus, A., & Gheta, K. (2017). *Strategi Marketing Dengan Menggunakan Analisis Swot Pada Spektra Pt Fifgroup Cabang Maumere*.
- Prastiti, E. D., Mariam, I., & Siambaton, E. (2019). ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA PT ESA JAYA GLOBAL. *Epigram*, 15(2). <https://doi.org/10.32722/epi.v15i2.1241>
- Rachmawaty, A. (2021). OPTIMASI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI MASA PEMBATAAN SOSIAL BERSKALA BESAR. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(1), 29–44.
- Rahmawati, L. (2020). Peran E-commerce dalam Mendukung Ketahanan Pangan Wilayah Jakarta Saat Pandemi Covid-19. *Magister Ketahanan Nasional, Universitas Gadjah Mada*, 8(2), 11–27.
- Ramadhan, Z. A. (2020). *STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPERTAHANKAN KELANGSUNGAN USAHA PADA SITUASI PANDEMI COVID-19 DI KOTA JAKARTA TIMUR (Studi Kasus Rumah Makan Ayam Geprek "Jenderal")*.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (23rd ed.)*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Roscoe dikutip dari Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Rustandi Kartawinata, B., & Wardhana, A. (2015). *Marketing Strategies and Their Impact on Marketing Performance of Indonesian Ship Classification Society. Article in International Journal of Science and Research, 4(2), 69–74.* <https://www.ijsr.net/archive/v4i2/SUB151008.pdf>
- Salatoen, M. R., Widowati, I., & Santosa, A. (2015). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP VOLUME PENJUALAN JAMU HERBAL (Studi Kasus Pada PT . Perusahaan Jamu Tradisional Dr . Sardjito). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, 16, 63–78.*
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Grasindo.
- Siraj, D., & Fikrah. (2020). ANALISIS PENGARUH LUAS LAHAN PARKIR TERHADAP PENDAPATAN PEMILIK USAHA KAFE DAN RESTORAN DI KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM), 5(4), 222–233.*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Suryana. (2011). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, 2012. *Teori Ekonomi Makro*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Rajawali Pers.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali Pers.
- Vijayanti, M. D., & Yasa, I. G. W. M. (2016). PENGARUH LAMA USAHA DAN MODAL TERHADAP PENDAPATAN DAN EFISIENSI USAHA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR KUMBASARI. *E-Jurnal EP Unud, 5(12), 1539–1566.*
- Wahyuni, R., Pengajar, T., Yudharta, U., & Abstrak, P. (2012). PEMANFAATAN BUAH NAGA SUPER MERAH (*Hylocereus costaricensis*) DALAM PEMBUATAN JENANG DENGAN PERLAKUAN PENAMBAHAN DAGING BUAH YANG BERBEDA. *Teknologi Pangan: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian, 4(1).* <https://doi.org/10.35891/tp.v4i1.491>
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa. *Agriscience, 1(1), 232–243.* <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriscience>
- Wibawati, D., & Prabhawati, A. (2021). Upaya Indonesia dalam Mempromosikan Wisata Kuliner sebagai Warisan Budaya Dunia. *Journal of Tourism and Creativity, 5(1), 36–45.*

Widiyarini, & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 384–397. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4186>

Widyaningrum, H. (2011). *Kitab Tanaman Obat Nusantara*. Media Pressindo.

Wulan, W. S., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Restoran Kayu Manis Tuban). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 38(2), 176–183.

Zulkarnaen, H. O., & Sutopo, S. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 108–120. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/3212>