

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Gan gan Anugrah. 2017. "Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang)." *Studi Kasus Concept Photography Serang* 1: 116. [https://eprints.untirta.ac.id/827/1/STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS UNTUK MENCAPAI TUJUAN PEMASARAN - Copy.pdf](https://eprints.untirta.ac.id/827/1/STRATEGI_KOMUNIKASI_BISNIS_UNTUK_MENCAPAI_TUJUAN_PEMASARAN_-_Copy.pdf).
- Adelia Yovita Nur Oktavia, Lia Nirawat. 2021. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kedai Seblak Minguns." *Jurnal Revolusi Indonesia*. <https://docplayer.info/216268251-Strategi-pemasaran-dalam-meningkatkan-volume-penjualan-pada-kedai-seblak-minguns.html>.
- Ahmad, Rifai Dani, and Tuti Meylani. 2022. "Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Coffee Sumarecon Mall Bekasi." *Human Capital Development* 9, no. 3.
- Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana Sukmana, Universitas Gadjah Mada, M.Si. Hardani, S.Pd., Grad. Cert. Biotech Nur Hikmatul Auliya, et al. 2020. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://eprints.itn.ac.id/13681/1/YjU0ZDA0M2M0ZjE5ZWZWM0ZTk3NWlOMGJhYmI2YWYyNmM1YTFINWE5Yg%3D%3D.pdf>.
- Aistiawan, Muhammad Rizky Surya, and Deny Andesta. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari Di UD Abdi Rakyat." *Jurnal Serambi Engineering* 7, no. 1: 2683–92. <https://doi.org/10.32672/jse.v7i1.3831>.
- Alfiansyah, Luqman. 2021. "Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Mahasiswa Universitas Jember," 14–44. <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1319/>.
- Amstrong, Philip Kotler dan. 2018. *Marketing Management*. Newjersei Pretice-Hall Published.
- Anoraga, Pandji. 2018. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Perilaku pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro." *Manajemen Pemasaran, Hlm 117-120*, 15–56. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8987/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8987/5/BAB%20II.pdf).
- Awalla, Eunike, Femmy Tulusan, M.G, and Alden Lolama. 2018. "Pengembangan Kompetensi Asn Di Kantor Bkd Melonguane Kabupaten

Kepulauan Talaud Eunike.” *Journal.Unsrat*, 1–9.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JAP/article/download/19755/19354>.

Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal I. 2021. (2021). *Provinsi dengan jumlah UMKM Tertinggi tahun 2021*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/ini-provinsi-dengan-pertumbuhan-industri-mikro-kecil-tertinggi-per-kuartal-iv-2021>

Benyamin, Arie Putra. 2019. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy).” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2, no. 3: 1.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/326444234.pdf>.

Dalimunthe, Mei Habibah, and Nuri Aslami. 2021. “Perencanaan Dan Strategi Pemasaran Asuransi.” *VISA: Journal of Vision and Ideas* 1, no. 1: 54–67.  
<https://doi.org/10.47467/visa.v1i1.760>.

Fauzani, Muhammad, Nurul Akramiah, and Bambang Sutikno. 2018. “Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik.” *Jurnal EMA* 3, no. 2: 104–17. <https://doi.org/10.47335/ema.v3i2.31>.

Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi, Yoyok Cahyono, A. A. (2020). *Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis*. ICM Publisher.  
[https://www.researchgate.net/profile/Hadion-Wijoyo/publication/349622736\\_Pengantar\\_Bisnis/links/603883a9299b1cc26efbc37/Pengantar-Bisnis.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Hadion-Wijoyo/publication/349622736_Pengantar_Bisnis/links/603883a9299b1cc26efbc37/Pengantar-Bisnis.pdf)

Halim Oky Zulkarnaen, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada UKM Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). *Semarang, Universitas Diponogoro*, 2(3), 2013.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/3212/3146>

Hanim, L., & MS. Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*. UNISSULA PRESS.  
[https://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM\\_dan\\_Bentuk\\_-\\_Bentuk\\_Usaha.pdf](https://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM_dan_Bentuk_-_Bentuk_Usaha.pdf)

Hasan, Golan, Agika Wasinta Br Sembiring, Rahel Nur Hamidah, Estefania Estefania, and Eva Noorliana. 2022. “Penerapan Sistem ERP Pada UMKM Zevenstore Di Kota Batam.” *Jesya* 5, no. 2: 2025–37.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.784>.

Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitingjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wisataone, Aditya

Wardhana, Roeskani Sinaga, and Nur Hilal. 2021. *Konsep Bauran Pemasaran 4P Dan 7P*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Kementerian Koperasi & UMKM. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar (2019). <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>

Mart, Cip Halal, Dila Fitriani, Fhira Desvika, and Nurmayka Sari Safitri. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Pada Mba" 2, no. April: 470–80. <http://112.78.38.8/index.php/semnaslppm/article/view/14368>.

Mayashi fried Chicken. 2020. Penjualan Tahun 2020.

Mayashi fried Chicken. 2020. Penjualan Tahun 2021.

Mayashi fried Chicken. 2020. Penjualan Tahun 2020.

Mey Kurnia Lestari, Masruchin, and Diah Krisnaningsih. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM Di Kota Surabaya." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5, no. 2: 143–59. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10519](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10519).

Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi, Satria Mirsya Affandy Nasution. 2022. "Delfina." *The Fairchild Books Dictionary of Textiles* 1: 1–12. <https://doi.org/10.5040/9781501365072.4567>.

Mumtahana, Hani Atun, Sekreningsih Nita, and Adzinta Winerawan Tito. 2017. "Pemanfaatan Web E-Commerce Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran." *Khazanah Informatika : Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika* 3, no. 1: 6–15. <https://doi.org/10.23917/khif.v3i1.3309>.

Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>

Priansa, Donny Juni. n.d. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1128798>.

Rangkuti, Freddy. 2018. *ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*.

Riksaning Ayu, Kilau, and Bambang Supartoko. 2020. "Strategi Perusahaan Sido Muncul Dalam Pengembangan Kegiatan Corporate Social Responsibility." *Warta ISKI* 3, no. 01: 1–12. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.47>.

- Rizka Novianty Haninda, Novita Dwi Indriyani, Izzah Mufidah. 2022. "Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya." *Yos Soedarso Economic ...* 4, no. 1: 1–11. <https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/261%0Ahttps://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/download/261/244>.
- Yulia, farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. "BUKU MANAJEMEN PEMASARAN\_compressed.Pdf." [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8987/5/BAB II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8987/5/BAB%20II.pdf).