

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, H. N. (2015). *Manajemen Starategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia.
- Abidin, Z. & Muhaemin, A. (2019). *Pengantar Ekonomi Mikro (Edisi 1)*. CV. Latinulu Sinjai.
- Adam, M., Ibrahim, M., Ikramuddin, & Syahputra, H. (2020). The role of digital marketing platforms on supply chain management for customer satisfaction and loyalty in small and medium enterprises (SMEs) at Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(3); 1210–1220.
- Adhaghassani, F. S. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anonymous. (2011). *Kerupuk*. Wikipedia Bahasa Indonesia. <http://id.wikipedia.org/wiki/Kerupuk>.
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh usia dan masa kerja terhadap produktivitas kerja. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2); 68-72.
- Arisandi, F. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Karyawan Penyadap Di PT. Bridgestone Sumatera Rubber Estate*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3); 425–453.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Perusahaan Dasar, Konsep & Strategi (Edisi 1)*. Rajawali Pers Jakarta.
- Cikarang, A. E. (2017). *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Modal Honda Studi pada PT Pasific Motor 1 Cikarang*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa Bekasi.
- Dehotman, K. (2016). Pengaruh pendidikan terhadap kinerja karyawan di Baitul Mal Wat Tamwil di Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2); 217-229.
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2022). *Laporan perhitungan nilai tambah bruto Koperasi UMKM Jawa Timur*. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/statis/laporan-perhitungan-nilai-tambah-bruto>.

- Dzisi, S. & Ofori, D. (2014). Marketing strategies and the performance of SMEs in Ghana. *European Journal of Business and Management*, 6(5); 102 - 111.
- Esqueda-Walle, R., Jesus, & Karla. (2020). Digital marketing: a conceptual framework, review, and case study mixed approach. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3); 256–279.
- Fitriani, F., Brasit, N., Nursyamsi, I., & Kadir, N. (2020). The influence of entrepreneur insight, market orientation, knowledge-sharing capabilities, on the performance and competitiveness of SMEs in Makassar City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(7); 392-411.
- Gunawan, G. G. & Sulaeman, M. (2020). Determining factors in the use of digital marketing and its effect on marketing performance in the creative industries in Tasikmalaya. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3); 2543–2550.
- Harnanik, L. N. (2017). Marketing mix strategy for Small Business of Bhineka Chips in Belendung Village, Purwadadi District, Subang Regency. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2); 647-655.
- Hasibuan, M. (2019). *Strategi Pemasaran Makanan Ringan “Winda” di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Hikma, S. (2021). *Strategi Pemasaran Agroindustri Tempe di Kelurahan Tompobalang Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Hungu. (2016). *Pengertian Jenis Kelamin*. PT. Gramedia Jakarta.
- Kondorura, D., Wanceslaus, B., & Erwin, R. (2018). Pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan di Kantor Kecamatan Laham Kabupaten Mahakam Ulu. *Jurnal Pemerintahan Integratif*, 6(3); 465-474.
- Kotler & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. Prenhalindo Jakarta.
- Martina, A. (2017). Strategi pemasaran usaha kerupuk tempe di Desa Blang Geulanggang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen (Studi Kasus : Usaha Kerupuk Tempe Ibu Yusnita). *Jurnal S. Pertania*, 1(1); 48–62.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Nasution, S.H. (2022). *Strategi Pemasaran pada Agrowisata Buah Naga (Studi Kasus pada Agrowisata Buah Naga Palopat Maria)*. Universitas Islam Negeri Syakh Ali Hasan Ahmad.
- Pandey, N., Nayal, P., & Rathore, A. S. (2020). Digital marketing for B2B organizations: structured literature review and future research directions. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(7); 1191–1204.
- Priyono, J & Yasin, M. (2016). Analisis usia, gaji dan beban tanggungan terhadap produksi *home industry* sepatu di Sidoarjo (Studi Kasus di Kecamatan Krian). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1); 95-120.
- Rahmadani, T.S. (2019). *Analisis Usahatani dan Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Kasus pada Usahatani Jamur Tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu)*. Universitas Islam Riau.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Redjeki, F. & Affandi, A. (2021). Utilization of digital marketing for MSME players as value creation for customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, 3(1); 40–55.
- Risna. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Tellusilo Aldian Jaya*. Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.
- Riyadi, B. A. (2015). Pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan pada Toko Emas Semar Nganjuk. *Jurnal Equilibrium*, 3(1); 49-62.
- Rosyidi, S. (2014). *Pengantar Teori Ekonomi (Edisi Revisi)*. Rajawali Pers Jakarta.
- Said, M. Y. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV SAH Media.
- Saiful, S. (2021). *Strategi Pemasaran Usaha Telur Bebek dalam Meningkatkan Peternak Bebek Petelur di Lingkungan Polewali*. Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai.
- Sangadah, U. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Petani dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Petani Buah Naga di Desa Sri Pundowo Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Saputra, M. (2021). Profitabilitas usaha kerupuk kulit di Desa Setosa Kecamatan Mutiara Barat Kabupaten Pidie (Studi Kasus UD. Usaha Famili). *Jurnal S. Pertanian*, 1(1); 7–13.

- Sari, Y. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kupa)*. UIN AR-RANIRY.
- Soekartawi. (2005). *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Subramanian, N., Gunasekaran, A., Abdulrahman, M. D., & Qiao, C. (2019). Out-in, in-out buyer quality innovation pathways for new product outcome: Empirical evidence from the Chinese consumer goods industry. *International Journal of Production Economics*, 207; 183-194.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen (Edisi 2)*. Ghalia Indonesia Bogor.
- Suriyanti, E. (2021). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan UMKM (studi kasus pada UMKM MITA). *PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi*, 13(1); 60-72.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana Jakarta.
- Taftazani & Purwanto. (2018). Pengaruh jumlah tanggungan terhadap tingkat kesejahteraan ekonomi keluarga pekerja K3L Universitas Padjajaran. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(1); 33-43.
- Undang-Undang Republik Indonesia. No. 8 Tahun 1999. *Tentang Perlindungan Konsumen*.
https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf.
- _____. No. 20 Tahun 2008. *Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.
- Wahyuningtyas, N. (2014). Kajian karakteristik fisikokimia dan sensoris kerupuk berbahan baku Tepung Terigu, Tepung Tapioka dan Tepung Pisang Kepok Kuning. *Jurnal Teknosains Pangan*, 3(2); 76-85.
- Wibowo, D. H. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Batik Diajeng Solo)*. Universitas Brawijaya Malang.
- Yusuf, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.