

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2011). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Abiamja, D., & Anggadwita, G. (2019). Analisis Siklus Hidup Bisnis Industri Sepatu pada Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Adizes, I.K., Rodic, D., & Cudanoy, M. (2017). Estimating consultant engagement in the corporate lifecycle: study of the bias in South Eastern Europe. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 22(2), 1.
- Akbar, M.J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan strategi pemasaran menggunakan metode swot dan qspm untuk meningkatkan penjualan beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61-67.
- Al-Farizi, B., & Rusdiana, J. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Tani Sri Rejeki Desa Sukorejo Kecamatan Sambirejo Dalam Meningkatkan Penjualan Beras Organik* (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).
- Ariandra, R. (2019). Analisis Daur Hidup Produk (Product Life Cycle) Beras Siger Di Provinsi Lampung. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. CV Pena Persada Banyumas.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- _____ (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta
- Astawan, M. (2009). *Panduan Karbohidrat Lengkap*. PT Gramedia Pustaka Jakarta.
- Aulia, M. F., & Hidayatullah, D. S. (2018). Perumusan Strategi Perusahaan Menggunakan Teori Corporate Life Cycle Pada UKM District Artem Di Bandung. *eProceedings of Management*, 5(3).
- Aulia, T. A., Wahyuni, N. I., & Purnamawati, I. (2018). Pengaruh Struktur Modal terhadap Kinerja Perusahaan Berdasarkan Siklus Hidup Perusahaan. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 69-75.
- Aziz, M.A (2023). Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus : CV. Rahmat Jaya). *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman (JURRIT)*, 2(2), 25–35. <https://doi.org/10.55606/jurrit.v2i2.1802>

- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Berita Resmi Statistik. <https://www.bps.go.id>
- Black, E. L. (1998). Which is More Value Relevant: Earnings or Cash Flows? A life Cycle Examination. *Journal of Financial Statement Analysis*, 4:40-57.
- Chandra, G. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Penerbit Andi Offset Yogyakarta.
- Cinantya, I. G. (2017). Kajian Visual Estetik Pada Desain Kemasan Produk Cokelat UKM Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya. *Jurnal Desain Idea : Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 16(2), 6-12.
- Damodaran, A. (2009). *Valuing Young, Start-up and Growth Companies: Estimation Issues and Valuation Challenges*. Working Paper-New York University.
- Dickinson, V. (2011). Cash flow patterns as a proxy for firm life cycle. *The Accounting Review*, 86(6), 1969–1994. <https://doi.org/10.2308/accr-10130>
- Effendy, O. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Elsas, R., & Florysiak, D. (2015). Dynamic capital structure adjustment and the impact of fractional dependent variables. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 50(5), 1105-1133.
- Febriani, T. (2022). Pengaruh Kredibilitas Social Media Influencer (SMI) Terhadap Kesadaran Merek Produk Pangan Olahan : Studi pada Produk Beras “Fortivit” Perum BULOG. *Jurnal Pangan*, 31(3), 233-248.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Freire, D. A. L. (2016). The Organizational Life Cycle And The Profile Of Entrepreneurs In Micro And Small Enterprises. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, 5(5), 47–58.
- Gort, M., & Klepper, S. (1982). Time Paths in the Diffusion of Product Innovations. *The Economic Journal*, 92(367), 630–653. <https://doi.org/10.2307/2232554>
- Gunawan, T., & Renaldi, D. (2019). Analysis and Implementation of Online-Based Rice Sales (e-commerce) at UD. Toko Beras Santy. *Tech-E*, 2(2), 5-15.
- Gup, B. E., & Agrawal, P. (1996). The Product Life Cycle: A Paradigm for Understanding Financial Management. *Financial Practice And Education*.

- Hanafi, B. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Pada Konveksi Vendor Kampus Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Haryadi. (2006). *Teknologi Pengolahan Beras*. Gajah Mada University Press Yogyakarta.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Hendu, & Supriyani, E. (2014). Pengaruh Bundling Pricing dan Odd Pricing Terhadap Citra Toko Ritel Carrefour Cibinong.
- Hoy, F. (2006). The complicating factor of life cycles in corporate venturing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(6), 831-836.
- Hurriyati, R. (2015). *Pemasaran Konsumen & Campuran Loyalitas*. Alfabeta Bandung.
- Irawan, J. F. P. (2021). *Daur Hidup Perusahaan: Masalah dan Isu*. CV Cendekia Press.
- Juniarti & Limanjaya, R. (2003). Mana yang Lebih Memiliki Value-relevant: Net Income atau Cash Flows (Studi terhadap Siklus Hidup Organisasi). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 7(1), 22-42.
- Kordestani, G., Biglari, V., & Bakhtiari, M. (2011). Ability of Combinations of Cash Flow Components to Predict Financial Distress. *Business: Theory and Practice*, 12(3), 277–288.
- Kotler & Armstrong. (2001). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia. 408.
- Kotler, P & Keller, K. L.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. PT. Indeks Jakarta.
- Kotler P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. Person Prentice Hall, Upper Saddle River
- _____ (2001). *Manajemen Pemasaran*. PT Ikrar Mandiriabadi. Jakarta.
- _____ (2008). *Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kriswidiyanti, P. I. D., Kristanto, A. B., & Rita, M. R. (2021). Relevansi Nilai Ukuran Kinerja dan Risiko: Tinjauan Berdasarkan Siklus Hidup Usaha. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 8(1), 13–24.
- Kusrini. (2007). *Konsep dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Leach, C. (2018). *Entrepreneurial Finance*. 06. Cengage Learning. Boston. ISBN: 9781305968356.
- Lestari, T., Suranta, E., Midiastuty, P. P., & Fachruzzaman, F. (2020). Pengaruh siklus hidup perusahaan terhadap penghindaran pajak dengan manajemen laba sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 1(3), 169-180.
- Lestari, W. (2014). Analisis Ketersediaan Beras Provinsi Jawa Barat tahun 2014-2018. *skripsi*. Bogor: Fakultas Pertanian.
- Ma'arif, M. (2016). Strategi Kewirausahaan Pada Industri Mature Studi Kasus Pada Industri Penggilingan Padi Di Jawa Tengah. *Tesis*. Universitas Islam Indonesia.
- Mamentu, S. V., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Posisi Siklus Hidup Produk Smartphone Samsung di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 7(001), 15-23.
- Marpaung, D. O. P. (2022). Analisis Pengambilan Keputusan Terhadap Pemilihan Portfolio Saham Terbaik Menggunakan Metode Fuzzy Ahp dan Fuzzy Topsis. *Doctoral Dissertation*. Universitas Sumatera Utara.
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1984). A Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle. *Management Science*, 30(10), 1161-1183. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2631384>
- Mitsakis, F. V. (2014). Human Resource Management (HRM), Economic Crisis (EC) and Business Life Cycle (BLC): A Literature Review and Discussion. *International Journal of Human Resource Studies*, 4(1), 189.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Mueller, D. C. (1972). A Life Cycle Theory of The Firm. *The Journal of Industrial Economics*, 20 (3), 199-219.
- Nabilah, M. Volume Konsumsi Beras Berdasarkan 10 Negara Terbanyak Global (2022/2023). Databoks. Diakses pada 8 Oktober 2023 dari <https://bit.ly/3tqDOXo>
- Narundana, V. T., Anggrayani, K., & Rachmadi, A. (2021). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan beras pada pabrik penggilingan Sumber Gede. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1), 161.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.

- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Persepektif Ekonomi Syariah. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 77-87.
- Pebrianti, Y. (2017). Siklus Hidup Perusahaan dan Teori Pecking Order. *I-Economics: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(2), 235-247.
- Prasetyo, S. D. (2023). Selection of Recommended Marketing Strategy of Arrowroot Cereal at PT Serela Prima Nutrisia Using Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 4(04), 334-348.
- Pratika, A., Budiarto, B., & Senjawati, N. D. (2022). Alternatif Strategi Pemasaran Susu Almond Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada UMKM Ralalii. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 23(2), 159-175.
- Purbhastuti, A. W. (2021). Efektivitas bauran pemasaran pada keputusan pembelian konsumen Indomaret. *Jurnal sains manajemen*, 7(1), 1-17.
- Rahanra, I., & Novita, N. (2020). Beban Kerja Direksi dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi dengan Tahap Siklus Hidup Start-up, Growth dan Mature). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(1), 11-24.
- Rakhman, F. A. (2024). Strategi Pemasaran “Beras Sleman” Jenis C4 Pada Gapoktan Pandowo Mulyo Di Desa Pandowoharjo Sleman. *Doctoral dissertation*. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Ramadhan, F. F., Ambarwati, N., & Utama, R. E. (2024). Visi, Misi, Tujuan, Sasaran dan Falsafah Perusahaan. *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(5), 133-142.
- Retnoningsih, F., Suryawardani, O. I., & Parining, N. (2016). Pemilihan Prioritas Strategi Pemasaran Coklat Olahan Berdasarkan Metode Analytical Hierarchy Process Studi Kasus di Perusahaan Magic Chocolate, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. *Journal of Agribusiness and Agritourism*, 5(1).
- Rivai, A & Prawironegoro, D. (2015). *Manajemen Strategis*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Saaty, T L. (1993). *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin*. Jakarta Pusat: PT. Gramedia.
- _____ (2008). Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. *Int. J. Services Sciences*.

- Sadeghpour, F., Far, M. G., Khah, A. R., & Amiri, M. A. A. (2017). Marketing Strategic Planning and Choosing the Right Strategy using AHP Technique (Case Study: Ghavamin Bank Mazandaran). *Dutch Journal of Finance and Management*, 1(2), 45.
- Santoso, I. (2016). Integrasi analisis product life cycle dan metode ahp-topsis dalam perumusan strategi pengembangan produk. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 26(2).
- Saputra, H. M. J., Marviainyda, D. E., Larasatu, R. A., Addaffa, M. Z. A., & Atrinawati, L. H. (2020). Analisis Proses Bisnis pada Dinas Perdagangan Kota XYZ dengan Menggunakan Business Process Management Lifecycle. *SPECTA Journal of Technology*, 4(1), 71-83.
- Sari, M. A. I. P. (2012). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Investment Opportunity Set Dalam Tahapan Siklus Hidup Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 92–98.
- Sari, S. D. (2016). Pengaruh Risiko Bisnis, Life Cycle dan Diversifikasi Terhadap Struktur Modal Serta Hubungannya Dengan Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 1, 58–77.
- Sedamaryanti. (2014). *Manajemen Strategi*. PT. Refika Aditama Bandung.
- Sibawayh, M. I., Harli, N., & Putri, M. (2023). Metode AHP (Analytical Hierarchy Process) Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Roti Al Mumtaz (ROTAZ) Pondok Pesantren Al Mumtaz Kecamatan Patuk Kabupaten Gunungkidul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3), 2643-2649.
- Srdevic Z, Blagojevic B dan Srdevic B. (2011). AHP based group decision making in ranking loan applicants for purchasing irrigation equipment: A Case Study. *Bulgarian J Agri Sci*. 17 (4): 531-543.
- Stice, E., Stice, J., & Skousen, K. (2005). *Intermediate Accounting*. Ohio: South-Western Publishing Co.
- Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Edisi 1)*. Alfabeta Bandung.
- _____ (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- _____ (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Supriadi, A. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir*. Deepublish.
- Suranta, E., Midiastuty, P. P., Fitranita, V., & Dianty, A. T. (2021). Siklus hidup perusahaan dan penghindaran pajak. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 16(1), 1-20.

- Susilawati, C. E., Wijayanti, R., & Martono, C. (2020). Speed Of Adjustment Pada Struktur Modal : Analisis Berdasarkan Siklus Hidup Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 121–128.
- Swastha, B. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Syah, D. P. A. (2014). Metode Analytical Hierarchy Process: Sistem Rekomender Database Software. *Jurnal Informatika*, 1(2).
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____ (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vidyastuti, D. (2012). Pengaruh Siklus Hidup Perusahaan terhadap Aktivitas Akuisisi. *Tesis*. Universitas Indonesia.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Doctoral dissertation*. Brawijaya University.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84-90.
- Xu, J., Haris, M., & Liu, F. (2023). Intellectual capital efficiency and firms' financial performance based on business life cycle. *Journal of Intellectual Capital*, 24(3), 653–682.
- Yulianto, W. A. (2021). *Kimia Beras: Biosintesis dan Sifat Fungsional Pati*. Deepublish.
- Yudhistira, N. (2017). Penentuan Strategi Pemasaran Beras Herbal Forte Cv An-Nahlah Jember. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 248-258.
- Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2006). Match Your Sales Force Structure to Your Business Life Cycle. *Harvard Business Review*.