

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i1.692>
- Acutt, M. (2020). Marketing Mix - Place (Distribution Strategy). Retrieved November 15, 2020, from <https://marketingmix.co.uk/place/>
- Adv. (2021). Empat Strategi Penting Dalam Mengembangkan UKM. Retrieved January 27, 2021, from Adv.kontan.co.id website: <https://adv.kontan.co.id/news/empat-strategi-penting-dalam-mengembangkan-ukm>
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas penerapan strategi online marketing oleh umkm dalam masa pembatasan sosial berskala besar (psbb) corona viruses disease 2019 (covid-19). *Manova*, 2(2), 55–65.
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., Buchwitz, L. A., & Gaudet, D. (2015). *Marketing - An Inttoduction* (6th ed.; Cl. O'Donnell, Ed.). Canada.
- Astuti, M., & Amanda, A. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Astuti, M., Sembiring, R., & Amanda, A. R. (2019). Program Kemitraan Komunitas Pada 'Enye-Enye 'Di Desa Mekar Agung, Kabupaten Cibadak, Lebak - Banten. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 131.

Natalena Sion, 2021

STRATEGI BAURAN PEMASARAN “ENYE-ENYE” KELOMPOK WANITA TANI PAGODA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

<https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i3.19196>

- Blackman, N. (2018). Apa yang Membuat Logo Bagus? 7 Tip & Pedoman Desain Logo Top. Retrieved from <https://business.tutsplus.com/id/tutorials/logo-design-tips-guidelines--cms-32308>
- Cravens, D., & Piercy, N. (2013). *Strategic Marketing* (10th ed.). Newyork: McGraw-Hill.
- Dianti, N., & Widati, E. (2020). *Evaluasi Strategi Pemasaran dalam Usaha Mikro Soto Mie Bogor*. 35–51.
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dinas Komunikasi, Informatika, S. dan P. P. B. (2018). Jumlah usaha mikro, kecil, menengah menurut kabupaten/kota di Provinsi Banten 2018. Retrieved from <https://statistik.bantenprov.go.id/>
- Gumulya, D. (2018). Identifikasi Keunggulan Dan Kelemahan Umkm Banten Berbasis Produk Kriya. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 14(2), 19. <https://doi.org/10.25105/dim.v14i2.2865>
- Handriani, A. (2018). *Keabsahan Perjanjian Jual Beli Secara Tidak Tertulis Berdasarkan Hukum Perdata*. 1(2), 275–304.
- Hariyanti, D. (2015). Kesulitan Pemasaran dan Manajemen, UMKM di Banten Hadapi Masalah Berganda. Retrieved from Jakarta Bisnis website: <https://jakarta.bisnis.com/read/20150413/383/422328/kesulitan-pemasaran-dan-manajemen-umkm-di-banten-hadapi-masalah-berganda>
- Hoyer, W., & MacInnis, D. (2018). *Consumer Behaviour* (7th ed.; J. Calhoun, Ed.). Mason: South-Western.
- Ingenbleek, P. T. M., Frambach, R. T., & Verhallen, T. M. M. (2013). Best practices for new product pricing: Impact on market performance and price level under different conditions. *Journal of Product Innovation Management*, 30(3), 560–

573. <https://doi.org/10.1111/jpim.12008>

IPrice. (2020). The Map of E-commerce in Indonesia. Retrieved January 27, 2020, from iPrice.co.id website: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

Jamaluddin. (2018). *Pengolahan Aneka Kerupuk dan Keripik Bahan Pangan*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar. Retrieved from [http://eprints.unm.ac.id/17663/2/Buku Referensi - pengolahan Aneka Krupuk dan Kripik Bahan Pangan.pdf](http://eprints.unm.ac.id/17663/2/Buku%20Referensi%20-%20pengolahan%20Aneka%20Krupuk%20dan%20Kripik%20Bahan%20Pangan.pdf)

Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>

Jualianto, P. A. (2017). UMKM Harus Mampu Manfaatkan Media Sosial. Retrieved January 27, 2021, from Kompas.com website: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/07/31/230406026/umkm-harus-mampu-manfaatkan-media-sosial>

Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). *Manajemen Pemasaran (Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan) (Pertama)*. Jakarta: Deepublish.

Kenton, W. (2020). Credit. Retrieved November 15, 2020, from Investopedia website: <https://www.investopedia.com/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). Marketing Management. In S. Wall (Ed.), *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Frame Work of Marketing Management*. Pearson.

Kusumawati, Y. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu*. 20(2), 125–138.

- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marlina, L., Ardiana, D. P. Y., Rini, N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Uniati, U., ... Pujiyanto, D. (2020). *Digital Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Mashuri, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215–224. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/314825-analisis-strategi-pemasaran-umkm-di-era-bc2ea87f.pdf>
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Narto, N., & 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>
- Octavia, A. (2017). *Entrepreneurial Orientation Dan Management Skill Sebagai Antecedent Kinerja Bisnis Usaha Mikro , Kecil dan Menengah (UMKM)*. 483–490.
- Oxford Languages. (2020). Oxford Languages. Retrieved November 15, 2020, from <https://languages.oup.com/google-dictionary-en/>
- Palmatier, R., & Sridhar, S. (2017). *Marketing strategy : based on first principles and data analytics*. <https://doi.org/March 17, 2017>
- Produk Unggulan. (2020). Retrieved November 15, 2020, from Warung Bisnis UMKM Lebak website: <http://www.warbisukmlebak.com/produk/>
- Purwantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis (Pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putranto, A. T. (2020). Pengaruh Atribut Produk, Promosi dan Variety Seeking

terhadap Brand Switching (Studi Kasus Kartu Perdana INDOSAT Di Serpong Tangerang Selatan). *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1, 12–29.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/smk.v1i3.2248>

Raco, J. (2010). *Metode Penelitian Kulitatif* (Arita, Ed.). Cikarang: PT Grasindo.

Rahmawati, F. (2013). Pengemasan dan Pelabelan. *Biomaterials*, 29(34), 4471–4480.

Redaksi. (2019). Prospek UMKM di 2020, Peluang Ekspor Besar dan Pariwisata Potensial Berkembang. Retrieved from Radar Banten website:
<https://www.radarbanten.co.id/prospek-umkm-di-2020-peluang-ekspor-besar-dan-pariwisata-potensial-berkembang/>

Roudhoh, N. (2018). Pemasaran UMKM Masih Tradisional. Retrieved from Bantenraya.com website:
<http://bantenraya.com/berita/2018/08/21/2273/pemasaran-umkm-masih-tradisional>

Saepul, A., Mulyatini, N., & Prabowo, F. H. E. (2019). Analisis Faktor - Faktor Penetapan Lokasi Strategis Perusahaan Pt. Pos Indonesia Cabang Ciamis Sebelum Dan Sesudah Renovasi (Studi Kasus Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Kantor Pos Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1, 1–11.

Sales Force. (n.d.). Retrieved November 15, 2020, from www.salesforce.com

Santia, T. (2020). Pemerintah Kucurkan Rp 123 Triliun Stimulus UMKM, untuk Apa Saja? Retrieved November 12, 2020, from Liputan 6 website:
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4328026/pemerintah-kucurkan-rp-123-triliun-stimulus-umkm-untuk-apa-saja>

Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.

Shehu, E., Papies, D., & Neslin, S. A. (2020). Free Shipping Promotions and

Product Returns. *Journal of Marketing Research*, 57(4), 640–658.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0022243720921812>

Sulistiyono. (2015). *Studi kualitatif deskriptif perilaku konsumen rilisan fisik*.

Sunarsasi, & Hartono, N. R. (2020). *STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH DI KABUPATEN BLITAR (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*. 9(1), 22–31.

Tardi, C. (2019). Assortment Strategy. Retrieved November 15, 2020, from www.investopedia.com

Tohirin. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* (4th ed.). Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Yunus, E. (2016). *MANAJEMEN STRATEGIS*.

Zennaro, I., Finco, S., Battini, D., & Persona, A. (2019). Big size highly customised product manufacturing systems: a literature review and future research agenda. *International Journal of Production Research*, 57(15–16), 5362–5385.
<https://doi.org/10.1080/00207543.2019.1582819>