

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, L. P., & Supriono, S. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Elektronik (Studi Kasus di PT. Electrolux Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 67(1), 62–71. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2789>
- Adam, M. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. ALFABETA.
- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Andika, M. (2021). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Mucthar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Arman. (2021a). *Pengaruh Strategi Pemasaran (7P) Media Online Terhadap Peningkatan penjualan Produk UMKM Di Kota Palopo Pada Era New Normal COVID-19*.
- Arman, A. (2021b). *Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan Produk UMKM di Kota Palopo di Era New Normal Covid-19*”.
- Arnild Augina. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(33), 145–151. <https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/view/102/71>
- Assaddad, F. (2019). *Analisi Strategi Pemasaran Pada Warung Internet (WARNET) ABI NET Semarang*.
- Astuti, Miguna, & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish. Hal 2.
- Barich, H., & Kotler, P. (2016). A framework for marketing image management. *Sloan Management Review*, 32(2), 94–104.

- Bernadine. (2020). *Perumusan Strategi Bisnis Salon Andhika di Kompleks Perumahan Pondok Cibubur Depok*. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/770/>
- Budiawan, W. (2017). *Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo , Semarang)*.
- Caesarningtyas, A. K. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha JA Sa Dekorasi Pernikahan UD Sarwo Nugroho di Kabupaten Jember*. 68–74.
- Cania, S. D., & Susdiani, L. (2020). Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi COVID-19 di Kota Depok. *Jurnal Kesehatan Universitas Andalas*, 2(1), 1–9. http://scholar.unand.ac.id/71725/2/BAB_1_Pendahuluan.pdf
- Damayanti, R. (2017). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mitra Iqra' Plus Pada Ajb Bumiputera 1912 Syariah Cabang Lemabang Palembang*. 1–23.
- Darmanto, M. ., & Sri Wardaya, M. (2016). *Manajemen Pemasaran untuk Mahasiswa ,Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (1st ed.). Deepublish Publisher.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Risiko Teori, Kasus dan Solusi*. ALFABETA.
- Farida, I., Tarmizi, A., & November, Y. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i1.8>
- Febriana, B. (2019). UMKM Menjadi Penyumbang PBD Terbesar. *Gatra.Com*. <https://www.gatra.com/detail/news/412307/ekonomi/kemenkop-umkm-menjadi-penyumbang-pdb-terbesar>
- Febrianty, Abdulrohim, Siahaya, V. T. ., Taufiqurrahman, Arsawan, I. W. E., S, E. A., Kennedy, P. S. J., & Dewi, N. P. C. P. (2021). *New Normal* (D. U. Sutuksono, Ratnadewi, & I. Aziz (Eds.); II). Zahir Publishing.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Qiara Media.
- Guslan, A. (2016). Analisis Strategi Saluran Pemasaran Usaha Budidaya Udang Windu di Desa Pegat Batumbuk Kecamatan Pulau Derawan Kabupaten Berau. *EJournal Administrasi Bisnis*, 4(4), 975–989.
- Hadiana, A. I., & Witanti, W. (2017). Analisis Jejaring Sosial Menggunakan Social Network Analysis untuk Membantu Social CRM bagi UMKM di Cimahi (Social Network Analysis Using Social Network Analysis to Help Social CRM for MSMEs in Cimahi). *Saintiks FTIK UNIKOM*, VI.29-VI.36.
- Hariani, B. (2020). Pemkot Depok Siapkan Strategi Bangkitkan UMKM. *BeritaSatu.Com*. <https://www.beritasatu.com/megapolitan/659427/pemkot-depok-siapkan-strategi-bangkitkan-umkm>
- Harlis, B., & Sandara, J. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). In *CV Landasan Ilmu*.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.
- Irawan, A. (2020). Challenges and Opportunities for Small and Medium Enterprises in Eastern Indonesia in Facing the COVID-19 Pandemic and the New Normal Era. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), 79. <https://doi.org/10.20473/tijab.v4.i2.2020.79-89>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil. (2020). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. https://www.bappenas.go.id/files/4215/9236/1094/ND_269_Penyampaian_Laporan_Perkembangan_Ekonomi_Indonesia_dan_Dunia_untuk_Triwulan_I_Tahun_2020.pdf
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Prenhalindo.
- Kotler, P. (2002). *Analisis Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Marketing Management*. Pearson. <https://doi.org/10.4324/9780203357262>
- Kumalasari, N. R. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Di Toko Ismart dan Indomaret Ponoroho*.
- Kusumastuti, A., & Khoirin, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (F. Annisya & Sukarno (Eds.); Vol. 148). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Mariantha, N. (2018). *Manajemen Biaya (Cost Management)*. 14.
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in MARKETING Strategu. *Journal Of Academy of Marketing Science*, 47, 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>
- Morissan, S. H. (2017). *Manajemen Public Relations*. Kencana.
- Nengsih, M. K., Soleh, A., & Stiari, M. A. (2019). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Membership Ditinjau Dqri Segmentation, Targeting, Positioning dan Marketing Mix (Studi Pada Toko Subur Lestari Group Lubuk Linggau). *Khazanah Ilmu Berazam*, 2(2 Juni), 250–261.
- Ng Yin Kuan, Fong Chee Yang, & Lai Ka Fei. (2020). An application of quantitative strategic planning matrix for small business: A case of a beauty salon. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 12(2), 24–34.
- Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat. (2021). UMKM Jabar Didorong Manfaatkan Belanja Kementerian dan Lembaga. *Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat*.

<https://jabarprov.go.id/index.php/news/41875/2021/04/03/UMKM-Jabar-Didorong-Manfaatkan-Belanja-Kementerian-dan-Lembaga>

- Prayudi, I., Wisnubroto, P., & Suseto, J. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Eva Boutique Dengan Metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Rekavasi*, 7(1).
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rauh, I. W. (2014). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume penjualan Nasi Goreng Pada Nasi Goreng Rico di Bandar Lampung. *Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Riley, T. L. (2021). *Small Business Hair Salon Owners Effective Marketing Strategies*.
<http://faculty.waldenu.edu/User/Default.aspx?ReturnUrl=%2FFacultyHome%2Fdefault.aspx>
- Roymon, P. (2020). Manajemen Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Saputri, K. D. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Syariah Di Tinjau Dari Segi Marketing Mix 7p Studi Kasus: Kirai Park Residence*.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41979>
- Sari, D. C., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., Hastutik, S., Poltak, H., & Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia*.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=t9ExEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Strategi+pemasaran&ots=kkzsDsf5ta&sig=9W3qcOgAFDMP9q2wkS23aMss4fo&redir_esc=y#v=onepage&q=Strategi+pemasaran&f=true
- Savira, D. D., Pinem, D., & Nawir, J. (2021). Analisis Keputusan Investasi Pelaku UMKM di Kota Depok, Jawa Barat. *Ilmiah Indonesia*, 7(8), 6.
- Sitohang, R. P. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Yang Tepat Untuk Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada Cok Ko Tengok Medan)*.

- Sofyan, M., & Fantini, E. (2021). Magetan Regency MSME Strategy in The New Normal. *International Journal of Economics, Management, Bussiness and Social Science*, 1(1), 121–125. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4579825>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarsasi & Hartono, N. R. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Suwarno, & Pramono, T. (2020). Analisis Swot Balanced Scorecard (BSC) Dalam Kebijakan Pengembangan Umkm Batik Di Kabupaten Kediri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 653. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i07.p04>
- Suwarsono. (1996). *Manajemen Strategik: Konsep dan Kasus, Edisi Revisi*. UPP AMP YKPN.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian (I)*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Ed. I)*.
- Tohirin. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* (4th ed.). Raja Grafindo Persada.
- Vianney, Y. M. (2020). Analisis Penerapan Value Chain Management Pada Desa Wisata Bleberan, Gunung Kidul Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 4(1), 1–11. http://mapindo.ejurnal.info/index.php/manajemen_pelayanan_hotel/article/view/65
- Wayan, N., Dewi, S., & Utama, I. K. (2021). *Belimbing Tourism Village : A Green Marketing Strategy*. 2(3).
- Wicaksono, A. (2018). Strategi Pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri Pada PT X Di Jakarta Jurnal Manajemen Industri dan Logistik. *Jurnal.Fk.Unand.Ac.Id*. <http://jurnal.poltekapp.ac.id/>
- Wijaya, I. D. P. A., Fernanda, I. P. H., Yudiana, I. K. febi, & Wisesa, I. gusti A. P.

- A. D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Dimasa Pandemi Melalui Fitur TopAds Pada e-Commerce (Analysis of MSME Marketing Strategies During the Pandemic Period through the TopAds Feature in e-Commerce). *Seminar Nasional Desain, 1*, 1–8. <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/133>
- Winarto, A. J. (2021). Analisis SWOT Sebagai Strategi Dalam Membantu Perekonomian UMKM Jasa Konveksi @ANFCREATIVE.ID di Era Pandemi. *Ilmiah Indonesia, 3*(2), 6.
- Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta, 3*(1), 9–19. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Yusnaeni. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo. 8*(5), 55.
- Zubaery, B., & Affan, M. (2019). Strategi Pemasaran Jasa Pada D'Flaneur Barbershop Jember. *Repository.Unej.Ac.Id*. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/99080>