

## DAFTAR PUSTAKA

- Aistiawan, M. R. S., & Andesta, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari di UD Abdi Rakyat*. Jurnal Serambi Engineering Vol. VII, No. 1, Hal. 2683-2692.
- Amin, N. M. F., Kholik, A., Arif A., Yusuf A., & Kurniasih I. (2021 ). *Strategi Pemasaran Kue Gapit Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Warga Sekitar*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 1, No. 1 (28-31).
- Antwi, S. K., & Hamza, K. (2015). *Qualitative and Quantitative Research Paradigms in Business Research: A Philosophical Reflection*. European Journal of Business and Management, 218.
- Arini V., Iskandar, B. P. (2020). *Research on Marketing Strategy for A Ketagonik Food Start Up Business in Bandung*. European Journal of Business and Management Research Vol.5, No. 6.
- Cahya, A. D., Bintari, W. B., & Wulandari, N. (2021). *Analysis Of Marketing Strategy In An Effort To Attract Consumer Buying Interest On MSME Peyek Sari Menir Gunungkidul*. Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 9, No. 2.
- Daryanto. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT. Saran Tutorial Nurani Sejahtera
- Dwiastuty, A. R. N., Sadeli, A. H., Fatimah, S., & Syamsiah, N. (2020). *Strategi Pemasaran Beras Organik di Gapoktan Simpatik Tasikmalaya*. Jurnal Manajemen Agribisnis Vol.8, No. 1.
- Fadah, I., Vijonta, D.K., Dania, S.P., & Yuswanto, I.B. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus: Meryva Shop di Kulonprogo, Yogyakarta)* e-Journal Ekonomi bisnis dan akuntansi Vol. 9 (1): 23-29

- Gusrizaldi, R., & Komalasari, Eka. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*. Jurnal Valuta Vol 2 No 286-303.
- Kompas.com. (2021). Penjualan: Pengertian Para Ahli, Bentuk, Jenis, dan Tujuannya. Diakses 27 Agustus 2021, dari:  
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all>
- Kompas.com. (2022). Strategi Pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion). Diakses 22 Februari 2022, dari:  
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/22/100000569/strategi-pemasaran-4p-product-price-place-promotion->
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Essex Pearson Education Limited.
- Kusumawaty, Y. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau (Studi Keripik Nenas dan Rengginang Ubi Kayu)*. Jurnal Agribisnis Vol. 20, No. 2.
- Luckyardi, S., Soegoto, S. E., Supatmi, S., Warlina, L., & Hassan, F, Hj (2022). *Marketing Strategy For Local Superior Commodities And Regional Economic Contributions Of Indonesia*. Journal Of Eastern European and Central Asian Research Vol. 9, No. 1.
- M. Mursid, Manajemen Pemasaran (Jakarta, Bumi Aksara: 2014), h.17-21.
- Makmur., & Saprijal. (2015). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 3, No. 1.
- Moleong, L.(2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Maxmanmore.com. (2018). Analisis SWOT: Pengertian, Unsur-unsur, Manfaat, Faktor dan Contohnya. Diakses 2 Oktober 2018, dari  
<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-swot.html>

- Pujiharto., Wahyuni, S. (2021). *Marketing Strategy Based On Culinary Products In The Campus Environment*. Journal of Hunan University Natural Sciences Vol. 48, No. 3.
- Purbohastuti, A. W. (2021). *Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret*. Jurnal sains manajemen Vol. 7, No.1.
- Pusporini., Handayani, T., & Aryani, L. (2022). *Strategi Pemasaran Produk UMKM di Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan – Banten*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol. 5, No. 1.
- Putri, N. A., Permana E., & Subhan, M. N. (2021). *Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Tiwul Sebagai Destinasi Wisata Kuliner di Gunung Kidul Jogja*. Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 4, No.3.
- Ramadhani, R.K., Suswandi., Sutarno., & Handayani. (2019). *Strategi Pemasaran Beras Organik Kelompok Tani Di Kabupaten Boyolali*. Jurnal Ilmiah Hijau Cendikia Vol 4, No. 2.
- Shabrina, N., Bakkareng. (2020). *Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen di Lazada Express Padang*. Jurnal Matua, Vol. 2, No. 4.
- Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsasi., & R.H. Nanang. (2020). *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*. Blitar: Jurnal Translitera, Vol. 9, No. 1.
- Yulia., Bahtera, I. N., Evahelda. (2019). *SWOT Application in Marketing Strategy for Chicken Egg Shredded in UKM Raja Abon Makmur Lestari in Pangkalpinang City*. International Journal of Advances in Social and Economics Vol. 1, No. 2 pp 73-78.