

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyat, O., Susila, A., & Rofi, M. I. (2020). Potensi Usaha Ternak Itik Pedaging Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Selokandang (Studi Kasus Desa Selokgondang Kecamatan Sukodono Lumajang). *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 109–133. <https://doi.org/https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.358>
- Amstrong, K. &. (2015). Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I. In B. M. Alexander Sindoro (Ed.), *Prenhalindo* (Vol. 53, Issue 9, pp. 1689–1699). Prenhalindo.
- Anita Yasmin. (2013). Sifat Dan Manjemen strategis. Tersedia pada: <http://anitayasmin.blogspot.com/2013/01/sifat-dari-manajemen-strategis.html>. diakses tanggal 12Februari 2021.
- Fandy Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi
- Hartanti, & Oktiyani, R. (2020). Pengembangan Strategi Pemasaran Ayam Barokah Melalui Digital Marketing. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 183–190. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8791>
- Hartono.(2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat. Jurnal (Online)
- Ismail (2012) *Manajemen strategic* : Erlangga
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Mia Muliyani Petri. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Narto. (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>
- Rangkuti. (2015) *Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosita, R. (2020). Pengeruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *E-Journal Ekonomi Bisnis*, 9(2), 109–120. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

- Saputra, I. T. (2016). Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Omzet Penjualan(Studi Kasus pada PT Hero Sakti Motor Gemilang Pusat Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 191–199.
- Satria.(2014). *Manajemen Pemasaran, Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Stanton, William J.(2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.VAndi Offset.
- Wibowo, Dimas Hendika., A. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1172>.

