

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhinugroho, Z. R. (2011). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAJU PENGANTIN “BESKAP MARYANTO” DI KABUPATEN SUKOHARJO MENGGUNAKAN METODE QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM). *Open Library Telkom*.
- Andriani. (2014). Manajemen Pemasaran Kottler.
- Annisa. (2018). Permasalahan UMKM di Indonesia. *eprints.undip.ac.id*, 52.
- Assauri, S. (2008). Strategi dan Tujuan Pemasaran.
- Buchari Alma, R. H. (2008). Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. *Alfabeta*, 156.
- digilib.uinsby.ac.id. (t.thn.). Manajemen Pemasaran. 26.
- Djavar, F. (2017, Januari 22). Analisis Lima Kekuatan Five Porter. *eprints.polsri.ac.id*. (t.thn.). Diambil kembali dari <http://eprints.polsri.ac.id/800/3/File%203.pdf>
- Gitosudarmo, I. (1996). Pengantar Bisnis, Edisi II.
- Hartono, S. N. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar .
- Hidayati, D. (2017). Teori Analisis SWOT dan Simpanan di BMT.
- IlmuManajemenIndustri. (t.thn.). Diambil kembali dari <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-marketing-mix-bauran-pemasaran-4p-dan-7p/>
- Kaligis, D. (2015). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran.
- Kemnaker. (2020, Juli). Diambil kembali dari <https://kemnaker.go.id/>.

- Kertajaya, H. (2005). Marketing Syariah. *Bumi Aksara*, 45.
- Kotler. (1997). Prinsip-Prinsip Pemasaran.
- library.binus. (2011). *Analisa 5 Kekuatan Porter*, 30.
- library.binus. (2017). *Strategi Manajemen*.
- Muzaki, A. (2019). Manajemen Pemasaran.
- Novia, V. (2017). Timing Strategy Pemasaran.
- Peppard, W. (2003). Analisa Metodologi Ward & Peppard Dalam Penentuan Perencanaan Strategis SI/TI.
- Porter, M. E. (2008). Keunggulan Bersaing.
- Prabowo. (2018). Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah.
- Prabowo, Y. (2018). Diambil kembali dari <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10783/05%20Bab%202.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Prabowo, Y. (2018). Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah. 7.
- Rahmawati, N. (2015). Bauran Pemasaran. *eprints.walisongo*, 32.
- Rambat Lupiyoadi, A. H. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. *Salemba Empat*, 73-74.
- Rangkuti, F. (2009). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. 31.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 24-25.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 26-28.
- Rangkuty, F. (1997). Analisis SWOT. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*, 19.
- Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2015-2019).
- Siahaan. (2008). Metode QSPM.

- Sudawarman. (2008). Analisis Faktor Pemasaran Yang Mempengaruhi Keberhasilan. *digilib.unhas.ac.id*.
- Sundalangi, M. (2014). KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PIZZA HUT MANADO. *medianeliti.com*, 12.
- Susanthi, P. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan. *media.neliti*, 13.
- Sutisna. (2003). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. *PT. Remaja Rosdakarya*, 299.
- Swastha, I. (1999). Perencanaan Produk.
- Udayana, U. (2019). Kelebihan Matriks QSPM.
- Utara, U. S. (2018). Manajemen Strategis.
- Wilardjo, S. B. (2010). THE STATE OF THE ART MARKETING. *Media Neliti*, 16.