

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). *A Critical Review of Digital Marketing*. Haryana: *Int. J. Management, IT & Engineering*, 321-339.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *An Integrated Marketing Communication*. New York: McGraw-Hill Education.
- Goncharuk, A. G. (2015). *Benchmarking as a Performance*. *Polish Journal of Management Studies*, 27-36.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., . . . Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Jainudin, & Haryanti, I. (2020). ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN. *DIMENSI*, 494-504.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ramli. (2013). Analisis *Benchmarking* Terhadap Biaya Produksi Pada PT Karunia Alam Segar. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Reddy, P. R., & Basha, K. G. (2016). *Conceptual Overview of Various Element of Promotion Mix*. Pradesh: *Int. J. Finance and Management Research*, 286-294.
- Saaty, T. L. (2008). *Decision Making with The Analytic Hierarchy Process*. *Int. J. Services Sciences*, 83-97.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran : Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tambunan, T. (2012). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptiono, F. (2015). *Strategi Pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Todorova, G. (2015). *Marketing Communication Mix*. Stara Zagora: *Int. J. Science*, 368-374.