

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M. (2021). *Entrepreneurial Mindsets & Skills*. Surabaya: PT. Insan Cendekia Mandiri.
- Alma, B. (2006). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, S. (2007). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Binekasari, R. (2023, Mei 26). *Bisnis Kuliner Booming, ESB bagikan Tips Jadi Juara Pasar*. Diambil kembali dari cncb Indonesia :
<https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/2023052617513825441002/bisnis-kuliner-booming-esb-bagikan-tips-jadi-juara-pasar/>
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi*. jilid 1. Edisi ke-12. Jakarta: Salemba Empat.
- Ermaya, K. (2022). *Analisis Bauran Pemasaran Pada UMKM Kuliner*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3).
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hasbullah, H. (2021). "Business Development Strategy Using SWOT." *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 53-61.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Inayati, T. Prasetya, H. (2018). "Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT Pada Usaha Mikro Kecil Menengah." *UNEJ e-Proceeding*, 217-231.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil. (2020). "Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah".
- Kompasiana.com. (2021). *Nasi Jagal, Makanan Legenda Khas Tangerang*. Diambil kembali dari 14 Kompasiana:
kompasiana.com/abdfelsanny0491/6173cc9f010190645e772832/nasi-jagal-makanan-legenda-khas-tangerang.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London Pearson.
- Kotler, Philip and Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta Erlangga.

- Maulina, E. (2018). "SWOT Analysis for Business Strategies: A Case of Virage Awi in the Bamboo Craft Industries, Bandung Indonesia". *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 213-248.
- Nainggolan, H, Y. (2022). "Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Rumah". *JBMA: Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, IX.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Pearce, J. Robinson, R. (2008). *Manajemen Strategi*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rakhmansyah.(2022). "Small and Medium Enterprises (SMEs) with SWOT Analysis Method". *International Journal for Applied Information Management*, 2(3), 50-57.
- Rumah.com. (2022, Juli 31). 10 Kuliner Tangerang Pilihan, Dijamin Enak dan Bikin Kenyang. Diambil kembali dari Rumah.com:
<https://www.rumah.com/areainsider/tangerang/article/kuliner-tangerang-14962/>
- Safaza, A. (2022). "Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Salon Aura Depok dalam Menghadapi Era New Normal Pandemi Covid-19". *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 645-652.
- Sancoko, H, A. Rahmawati, V. (2019). "Membangun strategi pemasaran UMKM kuliner kajian fenomenologi angkringan di Surabaya". *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 17 (2).
- Sianturi, D, R. (2020). "Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM." *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1 (1), 45-50.
- Shinta, A. (2011). "Manajemen Pemasaran". Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsasi, S. Hartono, N, R. (2020). "Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar (Studi Pada Ukm Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)". dalam *Jurnal Translitera*, 9(1).

Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha, Mikro, Kecil Menengah. 2008. 1-24.

William, W. (2019). “Strategi Pemasaran Mie Ayam Lucky dengan Pendekatan Analisis SWOT dan B/C Ratio.” *Integrasi Jurnal Ilmiah Teknik Industr*, 4(2), 14-18.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Service Quality Dimensions. Services Marketing Intergrating Customer Focus Across the Firm*, 7th ed. New York: Mc GrawHill Education.

Zevi, I. (2017). “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma”. *Jurnal pemasaran*, 2(5), 29-31.