

DAFTAR PUSTAKA

- Afandrianti Maulida, Y. and Habiburahman, H. (2022) ‘Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Umkm Keripik Sumber Rezeki)’, *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), pp. 303–314. doi: 10.54443/sibatik.v1i4.34.
- Area, U. M. (2020) ‘(Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Morawa Skripsi Oleh : Supriadi Harahap Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Medan (Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Cap Kelinci Di Tanjung Morawa Kabupaten Deli’.
- Berlianti, M. (2015) ‘Analisis Strategi Pemasaran Usaha Keripik Pisang Skala Kecil Dan Dampak Sosial Ekonomi Terhadap Masyarakat Sekitar Di Sentra Industri Keripik Kota Bandarlampung’.
- Fitriyani, S., Murni, T. and Warsono, S. (2019) ‘Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil’, *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), pp. 47–58. doi: 10.33369/insight.13.1.47-58.
- <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/BuanaIlmu/article/view/1992%0Ahttps://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/BuanaIlmu/article/view/1992/1452>.
- Indriastuti, I. *et al.* (2015) ‘Strategi Pemasaran Berdasarkan Perilaku Pembelian Keripik Pisang Di Kota Metro’, *Jiia*, 3(2), pp. 114–121.
- Irene Lisa Matantu, A. L. (2018) ‘Pengembangan Strategi Pemasaran Keripik Pisang’, *E-Jurnal Agrotekbis*, 6(1), pp. 9–17.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Nasution, A. (2021) ‘Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram’, *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), pp. 11–18. doi: 10.46576/jbc.v6i1.1484.
- Nur’aini, Fajar. 2016. Teknik Analisis SWOT. Quadrant. Yogyakarta.
- Rahdiana, N. and Sukarman (2021) ‘Analisis Swot Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm Keripik Pisang Di Kabupaten Karawang’, *Buana Ilmu*, 6(1), pp. 162–170.

- Ramadhani, M. F., Artikel, H. and Mojo, K. (2021) „*Abdipraja (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Digital Marketing Pada Keripik Pisang Banna-Qu*”, *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(2), pp. 153–158.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Relawati, R., Baroh, I. and Ariadi, B. Y. (2017) „*Analisis Swot Untuk Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Olahan Apel Di Malang Raya*’, *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(1), p. 58. doi: 10.20961/sepa.v12i1.14202.
- Rima Ayuningtias Palupi. 2019. Analisis Strategi Diversifikasi Varian Rasa Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. Vol. 01.. No 1, tahun 20190, hal 12-13. IAIN Ponorogo.
- Suryanawati and Widiawati, D. P. (2017) „*Strategi Pemasaran Keripik Pisang (Musa Paradisca) Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (Market Share) Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kecamatan Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu*’, 3(1).
- Zulkarnaen, H. O. (2012) „*Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*”, *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, p. 2015.
- Zulkarnain. 2017. Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran dan Nilai Tambah Tiwul Instan. Vol. 01 No. 1, tahun 2017, hal 1-11. Politeknik Negeri Lampung
- Afkarina, N. W., Anwar and Hermawan, H. (2019) ‘*Analisis PLC (Product Life Cycle) Pada Home Industry Tas Pada Riin Bag Kecamatan Rambipuji Jember*’, *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, p. 5. Available at: <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/6451>.