

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiana, V., (2018). Pengaruh Marketing Mix (Bauran Pemasaran) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unggulan Keripik Pisang di Bandar Lampung (Studi Kasus Keripik Pisang A.J di Kawasan Sentra Industri Keripik Bandar Lampung). Thesis, Universitas Brawijaya. Retrieved from <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10854>
- Amalia, A., (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT Pada Perusahaan Popsy Tubby. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(3):297-306. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php>
- Dindy Darmawanti Putri, Altri Mulyani, Ratna Satriani (2012). Strategi Pemasaran Keripik Pisang dalam Rangka Mencapai Ketahanan Pangan di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas.
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2003. *Analisis SWOT dan Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21st. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Nuzuliyah L. 2018. Analisis nilai tambah produk olahan tanaman rimpang. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 7(1): 31–38. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2018.007.01.4>
- Fausayana I, Rosmawaty, Akhyar. 2019. Peningkatan margin kontribusi dan nilai tambah aneka produk olahan rumput laut di Desa Bungin Permai, Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 5(1): 71–76. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.5.1.71-76>
- Ihza, K. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus UMKM Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemlagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1325– 1330.
- Kore, E. L. R., & Septarini, D. F. (2018). Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Industri Kecil Formal Di Kabupaten Merauke). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 9(1), 22–37. <https://doi.org/10.35724/jies.v9i1.703>
-

