

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, N., & Sembiring, B. K. F. (2013). Analisis Strategi Merek Dan CitraMerek Terhadap Keputusan Pembelian Pada J . Co Donuts & Coffee Cabang Cambridge City Square Medan. Media Informasi Manajemen.
- Ahmad, M. (2011). Peran Strategis Manajer dalam Manajemen SDM. Jurnal. Dosen FEB Universitas Gorontalo, 1(2), 169–177.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang. Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen, 12(1), 17–22.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. Binus Business Review, 3(2), 882–897.
- Hendrian, S., Hakim, A. R., & Syafii, A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Bisnis: Studi Komparatif Pada Industri Ritel. Cakrawala Repositori IMWI, 6(6), 2348–2353.
- Hendrik, D. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Promosi Penjualan PT. Kredit Plus Pekanbaru [PhD Thesis, Universitas Islam Riau].
<https://repository.uir.ac.id/5726/>

- Kirk, j., dan Miller, M.L. Reliability and Validity in Qualitative Research (Beverly Hills: Sage Publications, 1986. Lihat juga Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif. Cet. 31, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2013
- Kotler, P. D. (2018). Principles Of Marketing. Global Edition. Pearson. Kristina Eti, C. I. (2020). "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Ukm Keripik Tempe Rizky Barokah Kota Malang)". (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Kusumaningrum, D. (2020). "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Semarang)". Skripsi.
- Munandar, A. (2021). " Analisis Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Keripik Tempe Pada Agroindustri Ilham Di Kecamatan Jelutung Kota Jambi". (Doctoral Dissertation, Universitas Jambi).
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>

Rizqi Indra Prastyo, D. (2020, April). "Strategi Pemasaran Tempe “Ali Oncom”(Kasus Di Home Industri Tempe “Ali Oncom”)". Paradigma Agribisnis, 56-66.

Sanjaya, Rendy Septi. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Unit Usaha Aqiqah Pada Laz Nurul Hayat Medan (Pendekatan Analisis SWOT). Diss. Univeirsitas Islam Neigeiri Suimateia Utara Medan, 2017..

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta, Cv.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, Cv

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta. 2006).

Tariq, M.I., M.R. Nawaz, M.M Nawaz, H. A. B. (2013). Customer Perception About Branding And Purchase Intention : A Study of Fincin An Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*.

Tjiptono, F & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik 2nd*.