

## DAFTAR PUSTAKA

- Adian, D. (2010). *Pengantar Fenomenologi*. Depok: Penerbit Koekoesan.
- Alex. S. Nitisemito. (1986). *Marketing*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Angipora. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persaja.
- Auton, A. Z. (2023, Januari Selasa). *Brambang Kemenangan Pusat Bawang Merah Nasional*. Nganjuk: Portal Informasi Badan Pusat Statistik.
- Buchari, A. (2013). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Cravens, D. W. (1998). *Pemasaran Strategis (Vol. 2)*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pertama.
- Dtjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Fauji, D. A. S. (2017). *Model Adol – Titip : Sebuah Upaya Win – Win Solution Berbasis Kearifan Lokal Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kota Kediri*. Retrieved from <https://semnas.unikama.ac.id/feb/unduh/publikasi/2815061180.pdf>
- Gitosudarmo, H. (2007). *Manajemen Pemasaran (Vol. II)*. Yogyakarta: Erlangga.
- Haris Herdiansyah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan. (2002). *Marketing*. Jakarta: Gramedia.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: PT Gelora Aksara Pertama.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Iriyani, D. (2018). Potensi Kabupaten Nganjuk Sebagai Suplai Stok Bawang Merah. *D Iriyani*, 68.
- Jakfar, K. d. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Kamayanti, A. (2016). *Kualitatif Akuntansi*. Malang: Yayasan Rumah Peneleh.
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Vol. I)*. Jakarta: Erlangga.

- Kuswanto, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ludigdo, U. (2007). *Paradoks Etika Akuntan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nurfaeni, U. (2015). "Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Walisongo.
- Nurmansuyah. (2018). *Pengantar Manajemen Pemasaran Konsep-Teori dan Penelitian*. Pekanbaru: Unilak Pres.
- Pujowati, Saruhum Hasibuan, Budiono, Y. A. (2022, Juni Selasa). Analisis Dampak Covid-10 Terhadap Pendapatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) di Kabupaten Nganjuk. <https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator>, 100.
- Rismiati, C. E. (2006). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sadono Sukirno, D. (2004). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Salim, A. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial, Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif* (Vol. II). Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Setyani, Aliami, Hakimah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian. *Seminar Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 464-470. Retrieved from <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/861>.
- Soekartawi. (2007). Hal yang Perlu Diperhatikan Dalam Melakukan Analisis Sistem Agroindustri . *Soekartawi*, 33.
- Sofjan Assauri. (2007). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sucipto, Agus;. (2010). *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN Maliki Prees.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. n.d. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.