

DAFTAR PUSTAKA

- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67–78.
<https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/596>
- Dewi Puspaningtyas Faeni, Jumawan Jumawan, Nazifa Fitri, Siti Wahdaniyah Putri, Mira Anggaina, Elisa Nabila Putri, & Adelia Vita Arzety. (2023). Penggunaan Analisis SWOT untuk Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 30–38.
<https://doi.org/10.55606/optimal.v4i1.2567>
- Evaldo, A., Dodu, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bulan, J., Bakar, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bulan, J. (2023). Analisis strategi bersaing pada mebel irjam putra di kota timika. *1(5)*, 469–483.
- Gultom, M. R. F., & Lumbanraja, P. (2022). Analisis Strategi Pada Umkm Sepatu Kotama Dengan Porter'S Five Forces. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(1), 1–10.
<https://talenta.usu.ac.id/jba/article/view/9040>
- Gunawan, A., & Ramdani, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Omah Branded. *Jurnal Manajemen*,

- Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 39–45.
<https://doi.org/10.55606/jumbiku.v3i1.1369>
- Hariyono , Dava Fadilah ; Dyah P, I. ; P., & Ayu, D. (2023). [5] ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING mubarakah pare. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*.
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional Ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72–87. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v4i2.2430>
- Lie, F. B., Lumanauw, B., & Raintung, M. C. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran (4P) Terhadap Tingkat Penjualan Motor Yamaha Pada Pt. Hasjrat Abadi Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Kotamobagu Analysis of the Effect of Marketing Strategy (4P) on Yamaha Motorcycle Sales Level At Pt. Eternal Desire Duri. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1239–1248.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37313%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/37313/34460>
- Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Putri, S. Y., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ALEN – ALEN MBAK SRIPIT MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS*. 496–506.
- Meilina, R., & Sardanto, R. (2020). Dampak Perubahan Lingkungan Kerja Non Fisik Masa Pandemi Covid-19 Bagi Karyawan Toserba Barokah Kota Kediri.

- In *Penelitian Manajemen Terapan PENATARAN* (Vol. 5, Issue 69, pp. 5–24). [http://repository.unpkediri.ac.id/3678/1/61201_0721058605_ARTIKEL Dampak Perubahan.pdf](http://repository.unpkediri.ac.id/3678/1/61201_0721058605_ARTIKEL_Dampak%20Perubahan.pdf)
- Ngatno. (2018). Buku Manajemen Pemasaran Baru.pdf. In *EF Press Digimedia* (pp. 1–292).
- Prihatini, Widi; Ratnanto, S. (2023). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK STUDI PADA UMKM RININGS NGANJUK. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*.
- Puspasari, A., & Rabia, P. (2020). Strategi penjualan sepatu dengan metode analisis swot di era pandemic covid-19 The shoe sales strategy uses the swot analysis method in the covid-19 pandemic era. *Akuntabel*, 17(2), 270–276.
- Rahman, D., & Kurniawati, D. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep). *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 9(02), 112–122. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>
- Riswanda, B. N. A., Ernestivita, G., & Suhardi. (2022). Strategi pemasaran pada umkm family cookies trenggalek dalam meningkatkan penjualan. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 1098–1102.
- Sardanto, R., Damayanti, S., Muslih, B., Sumantri, B. A., & Ainun, F. (2022). Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk. *Abdimas Akademika*, 3(02), 127–135.

- Sardanto, R., & Rahman, D. (2023). Strategi Inovasi Sablon Shift Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasca Covid-19 Di Industri Sablon Kaos. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 44–50.
<https://doi.org/10.36982/jiegmk.v14i1.3127>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sudirman, E. (2020). Strategi Usaha Kecil Menghadapi Digitalisasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 142. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i2.2554>
- Sugiarti, Yenny, Yenny, Sari, M. A. H., & Jurusan. (2022). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sambal Di Jawa Timur. In *Jurnal Atma Inovasia* (Vol. 2, Issue 4, pp. 440–444).
- Sugiri, G. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Kabupaten Bekasi. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.46772/jecma.v4i1.1057>
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Ulfa Yunisari, & Irmayanti. (2023). Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix 4p Pada Produk UMKM dalam Menarik Minat Konsumen. *International Journal of Research in Science, Commerce, Arts, Management and Technology*, 2(1), 410–421. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>
- Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & ... (2021). Analisis

Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan ...*, 5, 2795–2805.

<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1277%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/1277/1146>

Yanto, A., & Sukanta, T. (2020). ANALISIS STRATEGI BERSAING DAN STRATEGI BERTAHAN PADA INDUSTRI MIKRO DAN KECIL PANGANAN KERIPIK KEMASAN DI KECAMATAN COBLONG KOTA BANDUNG JAWA BARAT TAHUN 2020 DITENGAH SITUASI SULIT PENYEBARAN PANDEMI nCoV-19. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 12(1), 37–53. <https://doi.org/10.37151/jsma.v12i1.48>

Yusita, D. G. R., & Soedjoko, D. K. H. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Greenland Kediri. ... *Dan Bisnis (Simanis ...)*, 624–631.

<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1783%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/1783/1437>

Zuliani, Subagyo, & Purnomo Hery. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana E-Marketingbaru Oleh Pt Masbro7. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEBB UNP KEDIRI*, 2, 94.

<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3167/2388>