

## BIBLIOGRAPHY

Ananda, H. R. (2015). Pengaruh Atribut Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Perilaku Brand Switching Ke Telkomsel Sosialita. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–22.

<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/342>

Burns, Alvin. C., & Bush, Ronald. F. (2014). *Marketing Research* (7th ed.). Pearson.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications, Inc.

Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa* (1st ed., Issue Januari). Deepublish.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)* (Q. Media, Ed.). Cv. Penerbit Qiara Media.

Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Mujahidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 2(1), 345–349.

<https://doi.org/10.20961/shes.v2i1.38431>

Haryanti, S., Mursito, B., & Sudarwati. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Dinar Hadi Surakarta.

*Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 144–151.

<http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i01.443>

International Labour Organization. (2020). Ketahanan Hidup Perusahaan Hampir Habis, Pekerjaan Semakin Terancam. *Risalah ILO*, 1–6.

[https://www.ilo.org/jakarta/whatwedo/publications/WCMS\\_745054/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/jakarta/whatwedo/publications/WCMS_745054/lang-en/index.htm)

Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia. (2019). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018—2019* (pp. 2018–2019).

[https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002\\_SANDINGAN\\_DATA\\_UMKM\\_2018-2019.pdf](https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/1617162002_SANDINGAN_DATA_UMKM_2018-2019.pdf)

Kotler, P. (2001). *Marketing Management, Millenium Edition* (10th ed.). Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12. In *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice Hall.

Meyliana, M. (2011). Analisa Strategi E-Marketing dan Implementasinya pada Rental Company. *Binus Business Review*, 2(1), 31.

<https://doi.org/10.21512/bbr.v2i1.1109>

- Moonti, H. U. (2015). *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar—Dasar Pemasaran*. Interpena.
- Nisa, R. K., Indriani, S., & Adriantantri, E. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Segmenting, Targeting, Positioning Dan Penerapan Customer Relation Management Di “LN Outdoor” Malang (persewaan Alat Camping). *Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri)*, 4(2), 8. <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/3864>
- Noor, H. R. Z. zulkifli. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Mulawarman University Press.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 49–54. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Issue Desember). Deepublish.