

## DAFTAR PUSTAKA

- Almashur Fauzan & Ghony Djunaidi. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media-Yogyakarta.
- Augusty Ferdinand. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi*. Undip. Semarang
- Balada Tamanggung. (2017). Peran strategi pemasaran dalam meningkatkan kinerja pemasaran menurut perspektif ekonomi islam pada konveksi Baraya Gedong Air Bandar Lampung.
- Basu Swastha dan Irawan. (2009). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty-Yogyakarta.
- Benedicta Prima. (2018). UMKM dorong pertumbuhan ekonomi. Retrieved 5 November 2019, from <https://www.google.co.id/amp/amp.kontan.co.id/news/umkm-dorong-pertumbuhan-ekonomi>
- Boone, Louis E. Kurtz & David L. (2008). *Pengantar Bisnis Kontemporer*, (edisi 1). Salemba Empat-Jakarta.
- Buchari Alma. (2007). *Kewirausahaan*. Alfabeta-Bandung.
- Dewi Jayanti Mandasari. (2019). Strategi Pemasaran UMKM Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. 13(1). 123-128
- Dimas Hendika Wibowo., Zainul Arifin., & Sunarti. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM pada batik Diajeng Solo. 29(1). 59-66
- Engkus Kuswarno. (2009). *Metodologi Penelitian Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Widya Padjajaran- Bandung.
- Gupta & McDaniel. (2002). *Creating Competitive Advantage by Effectively Managing Knowledge*
- Irfan Zevi. (2018). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk PT Proderma Sukses Mandiri. 3(1).13-24
- Iston Dwija Utama. (2019). Analisis strategi pemasaran UMKM pada era digital di Kota Bandung. 7(1). 1-10

- Kamarudin. (2017). Strategi pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan gas elpiji UD Kamus Jaya Jenepono menurut perspektif ekonomi islam. 4(1). 81-96
- Kategori Blog. (2018). Dorong UMKM membumi dan mendunia. Retrieved 5 November 2019, from <https://nudiralearningcenter.com/blog/dorong-umkm-membumi-dan-mendunia>
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1 dan 2). Erlangga- Jakarta.
- Marcel Susanto. (2019). Apa itu Revolusi Industri 4.0?. Retrieved 10 November 2019, from <https://www.zenius.net/blog/21104/revolusi-industri-4-0>
- Martijn Rademakers. (2005). *Cooperate universities: driving force knowledge innovation. Journal of Workplace Learning*. ABI/INFORM Global
- Melanie V. A Karinda., Lisbeth Mananeke., & Ferdy Roring (2018). Pengaruh strategi pemasaran dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran produk indihome PT Telkom area Tomohon. 6(3). 1568-1577
- Nadrotul Ulyah. (2016). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada PT Bhirawa Steel. 29(1). 1-21
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Erlangga-Jakarta.
- Philip Kotler. (2003). *Marketing Management*. (11th Edition). Prentice Hall.Inc-New Jersey
- Philip Kotler. (2006). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 11 jilid 1). PT Indeks Gramedia-Jakarta.
- Rohmanudin. (2017). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada industri mebel di Kec. Wayhalim Kota Bandar Lampung.
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis* (Edisi Ketiga). Salemba-Jakarta.
- Ulber Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama-Bandung.
- William J. Stanton. (2004). *Prinsip Pemasaran* (Edisi 7 Jilid 1). Erlangga-Jakarta.