

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta. Bandung.
- Amstrong, G. & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo. Jakarta.
- Arum, R. H. Dewayanti, W. Syamsuri, R. & Septiani, E. (2021). Pengaruh Jenis dan Konsentrasi Bahan Perendam Terhadap Mutu Keripik Kentang Varietas Super Jhon. *Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian*. Vol. 24. No. 1. Hlm 55-65.
- Assuri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat*. BPS. Sumbar: Padang.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan*. BPS. Jakarta Pusat.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Profil Industri Mikro dan kecil 2023*. BPS. Jakarta Pusat.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Jumlah Produksi Kentang Sumatera Barat*. BPS. Sumbar: Padang.
- Badan Pusat Statistika. (2023). *Jumlah dan Persentase UMK Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumbar*. BPS. Sumatera Barat.
- Daft, R. L. (2017). *Era Baru Manajemen*. Edisi Kesembilan. Cetakan kelima. Salemba Empat. Jakarta.
- Daryanto, L. H. & Hasiholan, L. B. (2019). *The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak "Setiabudi" Pak Man Semarang*. *Journal of Management*. Vol 5. No.5.
- David, F. R. & David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik*. Edisi Kelima Belas Salemba Empat. Jakarta.
- Etzel, M. J. Walker, J. W. Stanton, W. J. (2013). *Marketing*. Edisi Keduabelas. McGraw-Hill Irwin. New York.
- .Fuad, S. & Nurlela, H. (2000). *Pengantar Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gregory, A. (2004). *Public Relation Dalam Praktik*. PT Gelora Aksara Pratama. Jakarta.

- Hasibuan, M. S.P. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Iskandar, K. & Andriyani, W. (2014). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Batubara pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara Jakarta. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* Vol 7, No 1, hlm. 24-34.
- Juansah, H. R. & Noor, T. I. (2024). Strategi Pemasaran Pada UMKM (Studi Kasus Pada Rumah Keripik Kentang Manohara di Desa Sukatani, Kec. Cisurupan, Kabupaten Garut). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. Vol. 11, No.3, hlm. 1368-1379.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 2. Terjemahan Bob Sabran. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Mukhlis, Sri, H. Lorenta, I. H. (2024). *Pemasaran Agribisnis*. Hei Publishing Indonesia. Padang.
- Mulyono, D. M. Jawal. & Apri, L. S. (2017). Kelas Benih Kentang (*Solanum tuberosum* L.) Berdasarkan Pertumbuhan, Produksi, dan Mutu Produk. Vol. 27, No. 2, hlm. 209 – 216.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Prasetijo, R & Ihalaui, J. (2005). *Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Purwanto (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Penerbit gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. (2010). *Pengemasan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riadha, W. N. (2010). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian*. Al-Iqtishad. Vol. 2, No.1, hlm. 63-69.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya. Bandung.
- Saladin & Oesman. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi 5. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Santoso, N. (2021). *Strategi pemasaran Kipang Pulut 2N di Kota Padang*. [Skripsi]. Padang: Fakultas Pertanian, Universitas Andalas.
- Saragih, B. (2010). *Agribisnis Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Bogor. IPBpress.

- Sari, I. D. O. (2016). Analisis Faktor Eksternal dan Internal Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis UD Sekar Jati Star Jombang. Jurnal Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Sembiring, A. (2023). Kelayakan Finansial Processing Keripik Kentang dari Enam Bahan Baku Varietas Kentang yang Berbeda. Gunung Djati Conference Series. Vol. 18.
- Siagian, S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sjarkowi, F. & M. Sufri. (2004). Manajemen Agribisnis. Palembang: Baldal Grafiti Press.
- Soekartawi, A. (2010). Pengantar Agroindustri. Edisi 1. Cetakan 2. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi, A. (2010). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sumarno, T. Agustini, T. W. & Bambang, A. N. (2020). Strategi Pengembangan Mutu Ikan Asin Jambal Rotoi (Ikan Manyung) di Karangsong Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*. Vol. 23, No.2.
- Suprpto, E. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Usahatani Padi Organik di Kabupaten Sragen*. [Tesis]. Surakarta. Program Studi Megister Ekonomi dan Studi Pembangunan Konsentrasi Ekoomi Pertanian dan Agribisnis. Universitas Sebelas Maret.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran*. Edisi 7. Terjemahan, Erlangga. Jakarta.
- Swashta, B. & Handoko, H. (2001). Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Tarigan, R. (2007). *Ekonomi regional: Teori dan Aplikasi Edisi Revisi*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Thoriq, A. Rizky, M. S. & Nurjannah, S. (2018). Analisis Kinerja Produksi Keripik Kentang (Studi Kasus: Taman Teknologi Pertanian, Cikajang, Garut, Jawa Barat). *Groindustrial Technology Journal*. Vol 02 (01). Hlm 55-64.
- Tjiptono, F. Chandra, G. & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Udayana, I. G. B. (2011). Peran Agroindustri Dalam Pembangunan Pertanian. Singhadwala. Edisi 44, hlm. 3-8.

- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Untari. Dewi. & Fajariana, E. D. (2018). "*Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik)*". *Jurnal Sekretariat dan Manajemen*. Vol. 2, No. 2.
- Utama, D. I. (2019). *Analisis Strategi pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Bandung*. *Equilibrium*. Vol 7, No 1.
- Yanuar, M. M. Nurul, Q. & Budi, S. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan bisnis Indonesia*. Vol. 3, No. 1, hlm. 61-80.
- Yasin. (2002). Strategi pengembangan Agribisnis Lobak di Kab. Agam [Skripsi]. Padang: Fakultas Pertanian Universitas Andalas..
- Zulkarnaen, H. O. & Sutopo. (2013). Analisis Strategi Pemasaran pada usaha Kecil Menengah (UMKM) Makanan Ringan (Studi penelitian UMKM Snack Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 2, No. 2, hlm. 1-13.

