

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. (2024). *Berita Resmi Sumatera Barat*.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. (2022). *Usaha Mikro dan Kecil*.
- David, F. R. 2016. *Manajemen Strategi (Konsep)*. Jakarta (ID): Edisi Ke-
limabelas Salemba Empat.
- Daryanto. (2011). *Manajemen pemasaran*. Satu Nusa.
- Effendi, S. dan Santoso, T. (2014). *Analisis Strategi Pemasaran Mie Kering Pada PT. Panca Wijaya Sentosa*. *Agora*, Vol.2, No.1.
- Fahmi, M., Baihaqi, A. dan Kadir, I. A. (2013). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika Bergandal Koffie di Kabupaten Bener Meriah*. *Agrisep*, Vol. 14, No. 1, hlm. 28-35.
- Hutami, Rizki. (2014). *Strategi Pemasaran tepung "Sala Lauak" Uni Jamila di Lubuk Tarok, Pauh Kambar Kabupaten Padang Pariaman*. [Skripsi]. Padang. Faperta Unand. 122 Hal.
- Iskandar, K. dan 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.
- Kartajaya, H. (2007). *Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning, Diferensiasi dan Brand*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.

- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurhasanah, N. (2006). *Permusan Strategi Pemasaran Melalui Penentuan Prioritas Trapezoidal Fuzzy Number: Studi Kasus Usaha Minuman Tradisional*. Jurnal Teknik Usaha, Vol. 8, No. 2, hlm. 131-140.
- Nu'man, A. H (2005). *Kebijakan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Sebagai Upaya Untuk Menghadapi Era Perdagangan Bebas*. Vol. 21, No. 3, hlm 388-415.
- Purwanti, E. (2012). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga*. Among Makarti, Vol.5, No. 9, hlm. 13-28.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riadha, W. N. (2010). *Strategi Pemasaran Pembiayaan Pertanian*. Al-Iqtishad, Vol. II, No. 1, hlm. 63-96.
- Soekartawi. (2003). *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 219 Hal.
- Soekartawi. (2005). *Agrousa Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Graf indo Persada. 140 hal.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Swastha, B. dan Handoko. (2006). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z, dan Sunarti. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM: Studi pada Batik Diajeng Solo*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 29, No. 1, hlm. 59-66.
- Winarto, H. (2011). *Strategi Pemasaran*. Majalah Ilmiah Ekonomika, Vol. 14, No. 3, hlm. 109-145.