

DAFTAR PUSTAKA

- Anez. 2015. “Strategi Pemasaran Produk Pabrik Mini Chocato di Kelurahan Kapalo Kota kecamatan payakumbuh Selatan”. (Skripsi). Padang: FP Unand.
- Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Badan Pusat Statistik. 2009. “Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat”. BPS. Sumbar: Padang.
- Bestari. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbitan Fakultas Ekonomi.
- Budiwati, H. 2012. “Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang”. *Jurnal WIGA*, Vol. 2, No. 2, hlm. 29—44.
- Cannon, Perreault, McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. 2008. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. 2008. *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- 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.
- Kartajaya, H. 2007. *Memenangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning, Diferensiasi dan Brand*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kotler, P. & Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran : Principles of Marketing*. Jilid I, Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, P. & Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- 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.
- Meutia, G. 2016. “Strategi Pemasaran Susu Kedelai AN NAbawi di Kota Padang”.(Skripsi). Padang: FP Unand.
- Monang, A. (2013). “Strategi Pemasaran Roti Teratai Bakery di Kota Padang”. (Skripsi). Padang: FP Unand.
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Nu'man, A. H. 2005. "Kebijakan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Sebagai Upaya untuk Menghadapi Era Perdagangan Bebas: Suatu Model Konseptual dalam Pengembangan IKM". *Jurnal*, Vol. XXI, No. 3, hlm. 388—415.
- Nurhassanah, N. 2006. "Permusan Strategi Pemasaran Melalui Penentuan Prioritas Trapezoidal Fuzzy Number: Studi Kasus Industri Minuman Tradisional". *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 8, No. 2, hlm. 131—140.
- Nurseto, S. 2012. "Analisis Pengaruh Lingkungan Industri Terhadap Strategi Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran: Studi pada Usaha Kecil Kerajinan Kulit Tanggulangin". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1, No.1, hlm. 72—83.
- Purnomo. S. dan Zulkiflimasyah. 2007. *Manajemen Strategi*. Jakarta. FE UI.
- 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.
- Siagian, S. P. 2002. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Singka, F. N., Panjaitan, N. K. dan Muhandri, T. 2014. "Usaha dan Pengembangan Industri Kecil Berbasis Komunitas Lokal. *Manajemen IKM*, Vol. 9, No. 2, hlm. 158—169.
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Stenis, V. C. G. 1992. *Flora untuk Sekolah Indonesia*. Jakarta: Paradya Paramitha.
- Suriani. "Analisis Proksimat Pada Beras Ketan Varietas Putih (*Oryza sativa glutinosa*)". *Artikel Online*. <https://www.google.co.id/>, Diakses 23 Mei 2018.
- Swastha, B. dan Handoko. 2006. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Talumewo, C. D., Lopian, J. dan Rumokoy, F. 2016. "Strategi Pasar Sebagai Pemeditasi antara Lingkungan Pemasaran dengan Kinerja Pemasaran pada PT. BPR Prisma Dana Amurang". *Jurnal Emba*, Vol. 4, No. 1, hlm. 1340—1354.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2002. *Strategic Management In Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- 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.
- Yuliana, R. 2013. “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Semarang”. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, hlm. 79—92.
- Yuni, R. O. (2018). “Strategi Pemasaran Kipang H. Anas Di Kota Padang”. (Skripsi). Padang: FP Unand.
- Zuhri, Saifuddin. 2013. “Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan”. *Jurnal FE Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan*, Vol. 2, No. 3, hlm. 48.
- Zulaikah. 2002. *Ilmu Bahan Makanan*. Jakarta: UGM Press.

