

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Jumlah Penduduk Kabupaten Probolinggo Per Kecamatan (Jiwa), 2019-2021. In 2021. <https://probolinggokab.bps.go.id/indicator/12/124/1/jumlah-penduduk-kab-probolinggo-per-kecamatan.html>
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategis Konsep* (15th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Fidiena, A., Prasetyowati, K., & Suswadi, D. (2020). Strategi Pemasaran Susu Sapi Perah Di KUD Musuk Kabupaten Boyolali. *Agrineca*, 20. <http://www.ejournal.utp.ac.id/index.php/AFP/article/view/998>
- Garside, A. K., & Amallynda, I. (2020). Pendampingan dalam Implementasi Strategi Pemasaran Produk Olahan Susu Sapi. *Jurnal SOLMA*, 9(2), 323–334. <https://doi.org/10.22236/solma.v9i2.5169>
- Ischak, H., Supardi, S., & Ferichani, M. (2017). Strategi Pemasaran Susu Kambing Di Adilla Goat Farm Desa Jeruksawit Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14(1), 39. <https://doi.org/10.20961/sepa.v14i1.21042>
- Iswahyudi Pratama, Lukluk Ilmaknun, Shinta Wardatuz Zuhriyah, & Adrie Manafe, L. (2021). Penerapan Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Pada Umkm Sunmory Milk Sidoarjo. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 9–21. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i1.6>
- Miharja, K. (2018). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 30–38. <https://doi.org/10.31311/jeco.v2i1.2252>
- Rahma Dani, A. W., Zulkarnain, Z., & Afriani, I. (2018). Strategi Pemasaran Susu Kambing Pada Cv. Berkah Di Desa Banarjoyo Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Wacana Pertanian*, 14(2), 80. <https://doi.org/10.37694/jwp.v14i2.46>
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Seta, A. J., Darsono, & Setyowati. (2019). Strategi Pemasaran Agroindustri Pengolahan Susu Di Kecamatan Mojosongo Kabupaten Boyolali (Studi Kasus di UMKM Finestkee Kefir). *AGRISTA*, 7, 94–105. <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/43342>

- Siman, O., Rato, Y. Y. Da, & Apelabi, G. O. (2022). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Rempah di UD. Cakrawala Kelurahan Hewuli, Kecamatan Alok Barat, Kabupaten Sikka. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* <https://Jurnal.Unibrah.Ac.Id/Index.Php/JIWP>,8(1),601–610. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5905603>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sundari, P., Astari, N. M., & Efelina, V. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran UMKM Susu Kedelai Desa Kutagondok. *Manajemen Teknologi Dan Teknik Industri*, 4, 65–79. <https://doi.org/10.30737/jurmatis.v4i1.1994.g1921>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. CV Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Widyakto, A., & Widyarti, E. T. (2021). Strategi Pemasaran Digital Peternakan Pada Produk Susu Perah Sapi(Studi Kasus : CV Langgeng Tani Makmur). *Solusi*, 19(2), 128–140. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3159>