

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen Fungsi-Proses-Pengendalian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, ISBN 978-602-316-044-8.
- Anugrah, M.A., B. Praptono, dan B.H. Sagita. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Tahu Susu CHJ Menggunakan Metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)”. *E-Proceeding of Engineering*, 6 (2):6186–6195.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/9729>. [05 Februari 2023].
- Ariyanto, A. dkk. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Cetakan 1. (Editor H. Wijoyo, D. Sunarsi, dan I. Indrawan). Solok: Insan Cendekia Mandiri, ISBN 978-623-6090-69-5.
- Chakti, A.G. 2019. *The Book of Digital Marketing*. Cetakan 1. (Editor Sobirin). Celebes Media Perkasa, ISBN 978-602-5853-16-6.
- David, F.R. 2016. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Edisi 15. Jakarta: Salemba Empat, ISBN 978-979-061-693-6.
- Dimiyati, L., Y. Maryadi, dan M.H.H. Dewi. 2020. “Strategi Pemasaran Tahu pada Usaha Rumahan Sindang Panjang Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat”. *Ekonomia*, 10 (2):1–17.
<https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/ITBis-E/article/view/72>. [24 Mei 2022].
- Fahmi, I. 2017. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Cetakan 4. (Editor M. Yunus). Bandung: CV Alfabeta, ISBN 978-602-7825-54-3.
- Fatimah, N.A. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Agroindustri Kopi Laos di Kabupaten Sumenep*. Tesis. Universitas Muhammadiyah Malang.
<https://eprints.umm.ac.id/58213/>. [28 Februari 2023].
- Furensa, S.P. dkk. 2022. “Peranan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember”. *Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri*, 2 (1):41-51. <https://jmaa.polije.ac.id/index.php/journal/article/view/v2i1-f>. [17 Februari 2023].
- Hendrayani, E. dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. (Editor Hartini). Bandung: CV Media Sains Indonesia, ISBN 978-623-6290-77-4.

- Hildayanti, S.K. dan I.T. Satriyani. 2022. “*Strategi Promosi melalui Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang)*” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10 (14):149–158. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/2014>. [16 Juli 2023].
- Hodijah, S., I.K. Sukanata, dan Dukat. 2018. “*Strategi Pemasaran Tahu Lamping "Cahaya Rasa" (Kasus di Home Industri "Cahaya Rasa" Desa Manislor, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan)*.” *Jurnal Agrijati*, 32 (1):22–35. <https://www.jurnal.ugj.ac.id/index.php/agrijati/article/view/2952>. [21 Mei 2022].
- Indrati, R. dan M. Gardjito. 2013. *Pendidikan Konsumsi Pangan Aspek Pengolahan dan Keamanan*. Edisi 1. Jakarta: Kencana, ISBN 978-602-9413-89-2.
- Marimin. 2017. *Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan dan Sistem Pakar*. Cetakan 1. (Editor D.M. Nastiti). Bogor: IPB Press, ISBN 978-602-440-606-6.
- Mashudi, A. 2019. *Strategi Peningkatan Pemasaran Mangga Gadung Klonal 21 (Studi di Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan)*. Tesis. Universitas Muhammadiyah Malang. [28 Februari 2023].
- Masrin, I. dan L. Rachmi. 2019. “*Strategi Pemasaran Tahu Alami Lubuk Buaya Kota Padang*”. *JSMBI*, 9 (2):149–159. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/2822>. [21 Mei 2022].
- Mursalat, A., A. Upri, dan L. Marlina. 2021. “*Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Industri Tahu di Kabupaten Sidenreng Rappang*”. *Jurnal Sains Agribisnis*, 1 (1):27–37. <https://jurnal.umsrappang.ac.id/jsa/article/view/262>. [14 Februari 2023].
- Nilasari, S. 2014. *Manajemen Strategi itu Gampang untuk Pemula & Orang Awam*. Cetakan 1. (Editor R. Arini). Jakarta Timur: Dunia Cerdas, ISBN 978-602-7953-76-5.
- Pakpahan, A.F. dkk. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Cetakan 1. (Editor A. Karim dan J. Simarmata). Yayasan Kita Menulis, ISBN 978-623-342-088-4.
- Paramansyah, A. 2022. *Manajemen Strategis: Strategi, Konsep, & Proses Organisasi*. Cetakan 1. (Editor B. Achmad). Bekasi: Pustaka Al-Muqsih, ISBN 978-623-94684-9-1.

- Riyanto, S. 2022. *Analisis Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, ISBN 978-602-06-6048-6.
- Rossitasari dan Maria. 2022. “*Strategi Pemasaran Industri Tahu pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Omah Tahu Asri Serasi Bandungan)*”. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 10 (3):521–534.
- Rukajat, A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Ed. 1. Yogyakarta: Deepublish, ISBN 978-602-475-816-5.
- Sabariah, E. 2017. *Manajemen Strategis*. Cetakan 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, ISBN 978-602-229-636-2.
- Sahban, M.A. 2018. *Kolaborasi Pembangunan Ekonomi di Negara Berkembang*. Cetakan 1. (Editor P. Rapanna). Makassar: CV Sah Media, ISBN 978-602-6928-45-0.
- Saleh, M.Y. dan M. Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cet. 1. (Editor Sobirin). Makassar: CV Sah Media, ISBN 978-602-6928-65-8.
- Saragih, L. dkk. 2022. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Cetakan 1. (Editor J. Simarmata). Yayasan Kita Menulis, ISBN 978-623-342-377-9.
- Sedjati, R.S. 2015. *Manajemen Strategis*. Ed.1. Yogyakarta: Deepublish, ISBN 978-602-898-133-0.
- Setiawan, A., I. Sudirman, dan M.N. Helmi. 2022. *Strategi Efektivitas Implementasi Sistem Informasi dalam Upaya Peningkatan Kualitas Informasi di Perguruan Tinggi*. (Editor D. Sunarsi). Surabaya: Cipta Media Nusantara, ISBN 978-623-5647-56-2.
- Siyoto, S. dan M.A. Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan 1. (Editor Ayup). Yogyakarta: Literasi Media Publishing, ISBN 978-602-1018-18-7.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan 23. Bandung: CV Alfabeta, ISBN 979-8433-64-0.
- Wijayati, H. 2019. *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Cetakan 1. Yogyakarta: Quadrant, ISBN 978-623-7210-50-4.