

DAFTAR PUSTAKA

- Arminsyurita. 2014. Analisis Strategi Pemasaran Jamur Rimba Jaya Mushroom. *Imiah Ilmu Administrasi*, 6(2): 156-162.
- BPS. 2014. Luas Tanaman Perkebunan Menurut Propinsi dan Jenis Tanaman, Indonesia. <https://bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1671>. Diakses 8 Juni 2017.
- Carthy, Mc., E. Jerome, and William D. Perreault, JR. 1991. *Essentials of Marketing. Fifth Edition*. Boston:Irwin.
- Ferrel, O.C., J. R. G. H. Lucas, and D. Luck. 1994. *Strategic Marketing Management Text and Cases*. Ohio:South-Western Publishing Co.
- Friska., 2004. *Manfaat Promosi Dalam Usaha Untuk Meningkatkan Produksi Pada Asuransi Jasa Inonesia Cabang Medan*. Medan: USU Repository.
- Guiltinan, J.P. and G. W. Paul. 1992. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Terjemahan*. Jakarta:Erlangga.
- Hakimi, R. 2007. *Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Nata De Coco di Kota Bogor dengan Pendekatan Fuzzy*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Hashemi, N. F., M. M. Mazdeh, A. Razeghi, and A. Rahimian. Without Year. *Formulating and Choosing Strategies Using SWOT Analysis and QSPM: A Case Study of Hamadan Glass Company*. International Conference on Computers and Industrial Engineering.
- Kanzunnudin, M. 2009. Konsep Penjualan Versus Konsep Pemasaran. *Fokus Ekonomi*, 4(2): 1-8.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 1*. Jakarta : Indeks-pretice Hall.
- Kristianingrum, S. 2004. *Kandungan Gizi Nata De Coco*. Yogyakarta: FMIPA Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kuswarak . 2010. Analisis Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Nata De Coco Ukuran 220 gr pada PT. Keong Nusantara Abadi Natar Lampung Selatan. *Sains dan Inovasi*, 6(1):35–38.
- Maharani,E., S. Edwina, dan Y. Kusumawaty. 2010. Strategi Pengembangan Agroindustri Nata De Coco di Kabupaten Indragiri Hilir. *Indonesian Journal of Agricultural Economics*, 1(1): 75-86.
- Mardhatillah, R. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot untuk Meningkatkan Penjualan pada PT. Forisa Nusapersada Padang*. Padang:Universitas Taman Siswa Padang.
- Miliyoso,R. P., I. Sailah, dan A. Surye³⁷ 7. Analisis Strategi Pemasaran Produk Nata De Coco (Studi Kasus di CV. Graha Agri Industri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *MPI*, 2(2): 43-53.

- Peter, J.P and J. R.J. H. Donnelly.1992. *Marketing Management Knowledge and Skills. Third Edition*. Boston: Irwin.
- Pride, W.M. and O.C. Ferrel. 1977. *Marketing Basic Concept and Decicions*. U.S.A: Houghton Mifflin Company.
- Purwandari, S. 2015. Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran pada Smk Citra Medika Sukoharjo. *Sainstech Politeknik Indonusa Surakarta*, 1(3): 1-9.
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Suhartini. 2012. Analisa Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. *MATRIK Teknik Industri Universitas Muhammdiyah Gresik*. 12(2): 1-7.
- Suparjati. 2012. *Surat-Menyurat dalam Perkantoran*. Yogyakarta: Kanisius.
- Taslimi, M. S., A. K. Omeyr, and S. Arabkoohsar. 2014. Formulating a Strategy Through Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Based On SWOT Framework (Case Study: Industrial Group Of Barez Tires). *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 3(8): 451-457.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Toyne, B. and P. G. P. Walters. 1989. *Global Marketing Management a Strategic Perspective. Second Edition*. Massachusetts:Allyn and Boston.
- Urban, G. L. and S. H. Star. 1991. *Advancen Marketing Strategy: Phenomena, Analysis, and Decision*. New Jersey: Prentice Hall.
- Wardanu, A.P. dan Uliyanti. 2015. Analisa Nilai Tambah dan Kelayakan AgroindustriNata De Coco Di Kabupaten Ketapang Kalimantan Barat. *Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, 7(2): 44-47.
- Warisno. 2004. *Mudah dan Praktis Membuat Nata De Coco*. Jakarta: Agromedia
- Widharta,W. P. dan S. Sugiharto. 2013. Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1): 1-15.
- Yusanto dan K. I. Wijayakusuma. 2003. *Manajemen Strategis Perpektif Syari'ah*. Jakarta:Khairul Bayaan.

