

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2016). *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta: Rajawali Press
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI.
- Bilung, S. (2016). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada Cv.Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 116-127.
- David, F. R., & David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing (15th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, I. S., Sihombing, I. K., Kurniawan, M. I., & Khairunnisa. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Berbasis Marketing Mix Dan SWOT Analysis Pada Usaha Pengeringan Asam Gelugur Di Tanjung Pura Kabupaten Langkat. *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 51-64.
- Dharmmesta, B. S. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Dissanayake, R., dan Gunawardanee, N. (2018). *Brand Activation : A Review on Conceptual and Practice Perspectives*. Asian Social Science
- Hakim, R. L., Machfiroh, R., & Lawe, I. G. A. R. (2023). Perancangan Strategi Promosi Umkm Sweetso Premium Donuts. *eProceedings of Art & Design*, 10(5).
- Heizer, J., & Render, B., (2015), *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Iswadi, L. F., Jamiati, K. N., & Handoko, D. (2023). Pengaruh Brand Activation Terhadap Brand Image Whitelab: Survei pada Pengunjung Unveil the New Whitelab. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 89-107.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Edisi 6. Jakarta: ANDI.
- Kurniati, N. (2023). Analisa Lingkungan Bisnis Internal Dan Eksternal Perusahaan. *Jurnal PUSDANSI*, 2(5).

- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Lukmandono. (2015). Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III* (pp. 171-184). Surabaya: Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS).
- Muhammad A. (2009). *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*. Yogyakarta: Garailmu.
- Mujib, F., & Septiningsih, T. (2020). *School Branding : Strategi Era Disruptif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Musrifah, Huda, I. U. (2023). Analisis Swot Dalam Strategi Promosi Pada Produk Susu Hilo Pt. Nutrifood Indonesia Cabang Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 9(2), 167-173.
- Mustafidah, H., Imantoyo, A., & Suwarsito, S. (2020). Pengembangan Aplikasi Uji-t Satu Sampel Berbasis Web (Development of Web-Based One-Sample t-Test Application). *JUITA: Jurnal Informatika*, 8(2), 245-251.
- Neisia, T. C., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35-43.
- Nurgina, E., Nurhalimah, E. L., Aulia, F. A., Restakirana, F., Azshois, F., & Budiman, H. (2020). Analisis Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Gula Aren Di CV. Candela. *Jurnal Ilmiah Nasional Vol. 2 No. 1 Tahun 2020*, 2(1).
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran UMKM Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2014). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspitaningrum, D. A., Ilham, A., & Hikmah, K. (2021). *Manajemen Strategi Dalam Agroindustri Nusantara (1st ed.)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan. (2009). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.

- Rizqi, A. N., Arif, S., Utami, A. D. W., Andari, T. W., Satrio, P. U. D., Hartiningrum, A., & Noviyanti, R. (2023). Brand Activation UMKM Flo Cookery melalui Logo dan Identitas Visual. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, No. 1, pp. 49-54).
- Salusu, J. 2015. *Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sofia, N. A., Hartono, S., & Sudrajat, I. S. (2019). Dampak Industri Pengolahan Kakao (*Theobroma cacao L.*) Terhadap Pendapatan Petani di Gapoktan "Kumpul Makaryo" Nglanggeran Patuk Kab Gunungkidul Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Agritas*, 39-46.
- Steven, D., Hidayattuloh, M., & Sumargono, I. (2023). Perancangan Strategi Promosi Umkm Mburak Durian Medan. *eProceedings of Art & Design*, 10(5).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto. J. (2008). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga
- Syafri, E., Rahmaddiansyah, R., & Romano, R. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Produk Coklat (Studi Kasus Pada Usaha Cilet Coklat di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 5(4), 45-54.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Wardoyo, P. (2011). *6 Alat Analisis Manajemen*. Semarang: Semarang University Press.
- Widyastuti, B., Hamidah, S., & Utami, H. H. (2023). Peramalan Volume Penjualan dan Strategi Pengembangan Usaha Beras Organik Pada Kelompok Tani Rukun di Dusun Padasan, Desa Pakembinangun, Kapanewon Pakem, Kabupaten Sleman. *Agrisociabus*, 2(1), 115-122.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.