

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, H. D., Irham, & Waluyati, L. R. (2018). Relationship of 7P Marketing Mix and Consumers' Loyalty in Traditional Markets. *Jurnal Agro Ekonomi*, 29(2), 261-273.
- Anonim. (2010). *Budidaya Salak Unggul*. Jakarta: Direktorat Kredit, BPR, dan UMKM Bank Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Perusahaan Industri Pengolahan*. Diakses tanggal 24 April 2023, dari bps: <https://www.bps.go.id/subject/9/industri-besar-dan-sedang.html>
- BPS Kabupaten Magelang. (2023). *Produksi Buah-buahan Menurut Kecamatan (Kuintal) 2018-2020*. Diakses tanggal 11 Maret 2023, dari [magelangkab.bps: https://magelangkab.bps.go.id/indicator/55/210/1/produksi-buah-buahan-menurut-kecamatan-kuintal-.html](https://magelangkab.bps.go.id/indicator/55/210/1/produksi-buah-buahan-menurut-kecamatan-kuintal-.html)
- Cheng, C.-C., Chang, Y.-Y., Tsai, M.-C., Chen, C.-T., & Tseng, Y.-C. (2019). An Evaluation Instrument and Strategy Implications of Service Attributes in LOHAS Restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 194-216.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep* (10th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis* (12th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). *Strategic Management: Concepts and Cases* (15th ed.). London: Pearson Education Limited.
- David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2016). The Quantitative Strategic Planning Matrix: A New Marketing Tool. *Journal of Strategic Marketing*, 1-11.
- Gamble, J. E., Thompson, A. A., & Peteraf, M. A. (2013). *Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage* (3rd ed.). New York: McGraw Hill Company.
- Ghorbani, A., Raufirad, V., Rafiaani, P., & Azadi, H. (2015). Ecotourism sustainable development strategies using SWOT and QSPM model: A case study of Kaji Namakzar Wetland, South Khorasan Province, Iran. *Tourism Management Perspectives*, 290-297.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2003). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Jailani, M. A., & Zaini, A. (2018). Strategi Pemasaran Salak Pondoh (*Sallacca zalacca*) di Desa Padang Pengrapat, Kecamatan Tanah Grogot, Kabupaten Paser, Kalimantan Timur. *JAKP (J. Agribisnis. Komun. Pertan.)*, 1(2), 89-97.
- Kartikasari, R. D., Irham, & Mulyo, J. H. (2018). Level of Customer Satisfaction Towards Marketing Mix in Indonesian Traditional Market. *Jurnal Agro Ekonomi*, 29(2), 218-230.

- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). London: Pearson.
- Kurniawati, D. A., Santoso, I., & Ikasari, D. M. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Sari Alang-alang Merk “Pesona” dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Teknologi Industri Pertanian Universitas Brawijaya*, 2, 67-75.
- Maskur, S., & Prihtanti, T. M. (2020). Strategi Pengembangan Agribisnis Salak Nglumut Desa Kaliurang Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 7(2), 332-344.
- Meidita, T., Sukmono, Y., & Tosungku, L. O. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Produk Rengginang dengan Penerapan Formulasi Manajemen Strategi. *Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 155-166.
- Mulyadi. (2001). *Balanced Scorecard: Alat Manajemen Kontemporer untuk Pelipatgandaan Kinerja Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Nguyen, Q., Nisar, T. M., Knox, D., & Prabhakar, G. P. (2018). Understanding Customer Satisfaction in the UK Quick Service Restaurant Industry: The Influence of the Tangible Attributes of Perceived Service Quality. *British Food Journal*, 120(6), 1207-1222.
- Nugroho, B. A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Öneren, M., Arar, T., & Yurdakul, G. (2017). Developing Competitive Strategies Based on SWOT Analysis in Porter’s Five Forces Model by DANP. *Journal of Business Research-Türk*, 9(2), 511-528.
- Porter, M. E. (1993). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prabawati, F. N., Senjawati, N. D., & Utami, H. H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Cokelat KWT Pawon Gendis di Kulon Progo. *Journal of Agricultural Social and Business*, 2(1), 106-114.
- Pratama, L., Hubeis, A. V., & Pandjaitan, N. H. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Anggota dan Strategi Pengembangan Koperasi (Studi Kasus Koperasi Kredit Sehati Jakarta). *Jurnal Manajemen IKM*, 12(1), 104-115.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1-17.
- Rachapila, T., & Jansirisak, S. (2013). Using Porter's Five Forces Model for Analysing the Competitive Environment of Thailand's Sweet Corn Industry. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 3(3), 174-184.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (14th ed.). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, & Akdon. (2008). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, A. (2015). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rizal, M., Purwantiningdyah, D. N., & Widowati, R. (2015). Kajian Pengolahan Hasil Buah Salak serta Analisis Usaha Taninya di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. *Jurnal Pros Sem Nas Masy Biodiv Indon*, 1(5), 1238-1244.
- Rohmah, S. N. (2020). Adakah Peluang Bisnis di Tengah Kelesuan Perekonomian Akibat Pandemi Coronavirus Covid-19? *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, 4(1), 63-74.
- Rohmani, S., & Yugatama, A. (2018). Penentuan Strategi Pemasaran Produk Keripik Bonggol Pisang dengan Menggunakan Analisis SWOT. *Prosiding APC (Annual Pharmacy Conference)*, 3, 89-96.
- Rosmadi, M. L. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87-94.
- Saneva, D., & Chortoseva, S. (2018). Service Quality in Restaurants: Customers' Expectation and Customers' Perception. *SAR Journal*, 1(2), 47-52.
- Santosa, A., Leliana, Y. A., & Utami, H. H. (2022). Strategi Pemasaran Abon Khansa Food di Kelurahan Pandowoharjo, Kapanewon Sleman, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 1396-1406.
- Sari, E. Y., Hartono, & Armin, R. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM Nawasena Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(5), 171-180.
- Schroeder, R. G., Goldstein, S. M., & Rungtusanatham, M. J. (2011). *Operations Management: Contemporary Concepts and Cases* (4th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Setiawan, A., Rukmi, H. S., & Bakar, A. (2015). Strategi Pengembangan UKM Pengolahan Kulit Sapi di Kabupaten Garut Menggunakan Matrik Perumusan Strategi. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 03(03), 218-229.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46-53.
- Soetomo. (2001). *Kandungan Buah Salak Untuk Kebutuhan Gizi*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Soetomo, M. (2001). *Teknik Bertanam Salak*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Steenis, C. G. (1975). *Flora: Untuk Sekolah di Indonesia*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

- Subekti, Dwiyantri, F., & Mujiati. (2005). Pemanfaatan Sortiran Strawberi Sebagai Bahan Cuka Strawberi: Alternatif Minuman Obat Tradisional. *PKMK-1-19*, 1-11.
- Sugiyono. (2006). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suseno, A. A. (2020). Analisis Perumusan Strategi Bisnis pada UMKM Clothing Jovens. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 1-18.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2000). *Strategic Management: Concepts and Cases* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Thompson, S., & Gambles. (2009). *Crafting and Executing Strategy* (17th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Ugonna, I. A., Okolo, V. O., Obikeze, C. O., Ohanagorom, M. I., Oranusi, I. N., & Nebo, G. (2017). Customer Retention and Services Marketing Strategies Adopted by Selected Fast Food Restaurants in Awka: Anambra State-Nigeria. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(5), 76-86.
- Umar, H. (2003). *Strategi Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2008). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wheelen, T. L. (1995). *Strategic Management and Business Policy* (5th ed.). New York: Addison-Wesley.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59-66.
- Wicaksono, A. (2018). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri pada PT X di Jakarta. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 1(2), 192-201.
- Widyastuti, Y. E. (1996). *Mengenal Buah Unggul Indonesia*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Yolanda, V., Suyono, & Wijayanti, I. K. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Salak UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 10(2), 131-144.