

## DAFTAR PUSTAKA

- Artaya, I. P. 2018. Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi Umkm di Jawa Timur. *Ekonomi dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya, Surabaya*. pp. 1-10.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Cannon, Perreault dan McCarthy. 2008. *Manajemen Pemasaran, Salemba Empat, Jakarta*.
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. PT. Indeks, Jakarta. pp. 54-63
- Fadli, A. M., Fauzi, A., & Fanani, D. 2014. Efektifitas Distribusi Fisik dalam Meningkatkan Penjualan. *J. Administrasi Bisnis*. 7:1–10.
- Firdaus, A. dan a. Wasilah. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Ke-II. Salemba, Jakarta.
- Furrer, Oliver. 2006. *Marketing Strategies*. Radboud University Nijmegen Publisher, Netherlands. pp. 23-40; 56-58
- Glueck, William F dan Jauch, L. R. 1993. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga Pressind, Jakarta P. 31
- Jasasila. 2017. *Peningkatan Mutu Pemeliharaan Mesin Pengaruhnya Terhadap Proses Produksi Pada PT. Aneka Bumi Pratama (ABP)*. Batanghari, Jambi. pp. 96-102.
- Kemendes. 2021. *Pusat Data dan Informasi-Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*. Available at <https://pusdatin.kemkes.go.id//folder/view/01/structure-publikasi-pusdatin-Situasi-COVID-19.html>. Accession date 24<sup>th</sup> April 2021.
- Kiwe, L. 2018. *Jatuh Bangun Bos-Bos Startup*. Charissa Publisher. Jakarta
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid ke-I dan II. Erlangga, Jakarta. pp. 42-50.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid ke-I dan II. PT Indeks. Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi-XIII, Bahasa Indonesia Jilid ke-I dan. III*. Rajawali, Jakarta.
- Kusumastuti, A.D. 2020. *Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Eksistensi Bisnis UMKM dalam mempertahankan Business Continuity Management (BCM)*. *J. Administrasi Bisnis* 8:3.

- McCarthy, E. Jerome; Perreault, William D. 1995. Intisari Pemasaran: Sebuah. Ancangan Manajerial Global. Edisi Ke-VI, Jilid ke-I. Binarupa Aksara, Jakarta. pp. 13-150
- Mone, Regina. 2020. Strategi Community Marketing di Masa Social Distancing. Available at <https://mnews.co.id/read/fokus/strategi-community-marketing-di-masa-social-distancing/>. Accesion date 10<sup>th</sup> June 2021.
- Pujawan, I., N., dan Mahendrawathi. 2010. Supply Chain Management, Edisi Ke-II. Guna Widya, Surabaya. pp. 10-20.
- Rangkuti, Freddy. 1999. Analisis SWOT: Reorintasi konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. pp. 10-13.
- Rangkuti, Freddy. 2001. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. pp. 14-19; 21-30.
- Render, Barry dan Jay Heizer. 2001. Prinsip-prinsip Manajemen Operasi Operations Management. Salemba Empat, Jakarta.
- Ries, E. 2011. *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business. New York. pp. 15-25.
- SNI 01-3141-2011. 2011. Susu Segar – bagian ke-I : Sapi. Badan Standardisasi Nasional, Jakarta.
- Sondang, Siagian P. 2003. Teori & praktek kepemimpinan. Rineka Cipta, Jakarta. pp. 1-7
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta, Bandung. pp. 452-476
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Andi Offset, Yogyakarta. P. 12
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, Edisi ke-III, Yogyakarta. pp. 65-98.
- Widjaya, P. G. 2017. Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix pada PT Murni Jaya. J. Agora. 5:1.
- Woodruffe, C. 1992. What is Meant by a Competency. In R. Boam & P. Sparrow (Eds.), *Designing and Achieving Competency*. McGraw-Hill, London. pp 1-29.