

DAFTAR PUSTAKA

- Baku, B., Baku, P. B., Maduran, P., & Zulyanti, N. R. (2016). *Noer Rafikah*. *I*(3), 159–170.
- Budiyanto, dan S., Tetap Program Studi Pendidikan Akuntansi, D., Tetap Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta JIAYani Tromol Pos, D., & Surakarta, P. (2015). Membidik Mahasiswa Sebagai Calon Wirausahawan. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, *25*(2), 34–45.
- Burhanuddin, N. H. (2018). Strategi Pemasaran Makanan Khas Tradisional di Kecamatan Wotu. *Journal of Islamic Management and Bussines*, *1*(2), 20–32.
- Creswell, J. W. (2017). John W, Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *Journal of Social and Administrative Sciences*.
- Erti, L. (2017). Analisis Pemasaran Produk Susu Entrasol Pada Pt. KalbeNutritionals Pekanbaru. *14*(1), 52–61.
- Evan, H., & Christian, S. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Buono PULP Di Surabaya*. 4.
- Feriyanto, N. (2017). Penentuan Strategi Pemasaran Produk “Darma Karya” Dengan Menggunakan Analisis Grand Matrix SWOT. *Dengan Menggunakan Analisis Grand Matrix Swot*, *02*(01), 44–57. <http://journal.uii.ac.id/index.php/ajie/article/download/7472/6521>
- Firmani, S. N., Turgarini, D., & Putra, M. K. (2018). Pelestarian Kudapan Kalua Kulit Jeruk Sebagai Warisan Gastronomi Sunda Di Ciwidey Jawa Barat. *Gastronomy Tourism Journal*, *5*(1), 35–51.
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2019). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, *2*(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jasmine.
- Hopid, Sudiyarto, & Hendrarini, H. (2021). Analisis struktur, perilaku dan kinerja pasar pada Sentra Industri Rengginang Lorjuk Di Kabupaten Sumenep. *5*, 787–797.
- Huberman, M. and. (2014). *Qualitative Data Analysis : A Methods Sourcebook (3rd ed)*.
- Khusnaya, M. (2019). Upaya Pelestarian Makanan Tradisional Melalui Pasar Sore Karangrandu (PSK) Di Desa Karangrandu, Kecamatan Pecangan, Kbpupaten Jepara. *9*(1), 823–836.
- Kusuma, H. (2020). Sigle Parent Kantongi 200 juta dalam Sebulan Bisnis ini. <https://finance.detik.com/solusiukm/d-5275969/single-parent-kantongi-rp-200->

juta-dalam-sebulan-bisnis-ini

- Kusumawaty, Y. (2018). Strategi Pemasaran Produk Makanan Ringan Khas Riau. *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/agr/article/view/2235>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Maulida, Z. (2021). Analisa Strategi Pemasran Sebagai Strategi Persaingan Bisnis : Studi Kasus Bisnis Kuliner Rumah Makan Khas Aceh “ HASAN ” Di Kota Banda Aceh. *Mahasiswa Akuntansi Samudra (Jmas)*, 2, 188–202.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economics*, 3(1), 73–92.
- Mulyani, D., & Herawati, H. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ e-Proceeding*, 463–482.
- Mustika, Y. (2020). *Fakta Menarik Rengginang yang Jadi Camilan Favorit Lebaran!* <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5007056/5-fakta-menarik-rengginang-yang-jadi-camilan-favorit-lebaran>
- Nata, G. N. M., Suryawan, I. K. D., & Yudiastra, P. P. (2018). Peningkatan Produktivitas Industri Rumah Tangga Jajan Tradisional Khas Gianyar. *Majalah Aplikasi Ipteks NGAYAH*, 9(1), 132–137.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Human Falah*, 6(2), 152.
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56–65. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2278>
- Rosmayanti, R., Lasmanawati, E., & Nurani, A. S. (2019). Pelestarian “Kue Mayit” Sebagai Kue Tradisional Garut. *Media Pendidikan, Gizi, dan Kuliner*, 8(2), 35–41. <https://doi.org/10.17509/boga.v8i2.21960>
- Suprpto, H. (2019). *PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI PENDEKATAN PENGEMBANGAN PRODUK GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. SILVI MN PARADILA PARENGAN LAMONGAN*. 4(2), 953–962.
- Suranto, Jayanti, A. D., Setyawati, L., & Jatmika, S. (2020). A study on the impact of cultural tourism on indonesian society. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(5), 72–86.

- Syarifuddin, D., M. Noor, C., & Rohendi, A. (2017). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata. *Abdimas*, 1(1), 4–8.
- Uly, Y. A. (2020). *Mengintip Guruhnya Bisnis Camilan Rengginang di Tengah Pandemi*. <https://money.kompas.com/read/2020/11/10/120600526/mengintip-guruhnya-bisnis-camilan-rengginang-di-tengah-pandemi?page=all>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>
- Widuhung, S. M. (2021). *Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19*. 2(April), 1–7.
- Widyanti, N. (2018). *Pelestarian Objek Wisata Candi Sari Sebagai Wisata Edukasi Di Boyolali Jawa Tengah*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/gqtxu>
- Yuniarti, E., & Herudiansyah, G. (2020). *Inovasi produk rengginang desa budi mulyo banyuasin sumatera selatan*. 4(6), 7–12.