

DAFTAR PUSTAKA

- Agusalim, L. (2017). Pertumbuhan Ekonomi Ketimpangan Pendapatan dan desentralisasi di Indonesia. *Kinerja Volume 20 No 1 Tahun 2017*, 69.
- Anuraga. (2020). Structural equation modeling untuk pemodelan indeks pembangunan. *Seminar Nasional Matematika dan Aplikasinya*, 257-263.
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayatusa'adah. (2017). Inventarisasi Tumbuhan Paku (Pteridophyta) di Kawasan Kampus IAIN Palang Raya Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Materi Klasifikasi Tumbuhan. *EduSains Jurnal Pendidikan*, 50.
- BPS. (2024). *Data Administratif Kabupaten Pangandaran*. Pangandaran: <http://pangandarankab.bps.go.id>.
- Chambell. (2020). *Biology 12th Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Fred. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Freddy, R. (2018). *Analisis SWOT*. Bandung: Alfabeta.
- Gilarso. (2020). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanius.
- Haninda. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi. *Yos Soedarso Economic*, 1-11.
- Hariyanti. (2019). Pengurusan Izin Pangan Industri Rumah Tangga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Jamak*, 67-80.
- Hery. (2019). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Grasindo.
- Indriyo, G. (2020). *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama Cetakan Keempat*. Jakarta: Erlangga.
- Irawan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Media.
- Kotler, P. (2020). *Principle of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Mulyadi. (2020). *Botani Tumbuhan Tanaman Paku*. Jakarta: Erlangga.
- Nizar, N. (2019). Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT Uper Sukses Motor Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 30-42.

- Oktaviana. (2020). *Strategi Pemasaran Produk*. Surabaya: Unitomo Press.
- Riyanto, K. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Kelapa Sawit yang Go Publik Tahun 2023. *IOASINTEK*, 1.
- Santoso, I. (2017). *Pengantar Agroindustri*. Malang: UB Press.
- Saragih, B. (2021). *Agribisnis Paradigm Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Bogor: Yayasan Mulya Persada.
- Soekartawi. (2019). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian dan Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuri. (2019). *Biologi*. Jakarta: Erlangga.
- Tambunan. (2019). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

STRATEGI PEMASARAN KERIPIK PAKIS
(Studi Kasus pada Agroindustri Keripik Pakis di Desa Selasari
Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran)

Karakteristik Responden

Nama :

Alamat :

Umur :

Jenis kelamin : Pria/Wanita

PENENTUAN FAKTOR-FAKTOR INTERNAL

Faktor Internal dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi Pemasaran pada Agroindustri Keripik Pakis pada Agroindustri Keripik Pakis di Desa Selasari Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran.

Tujuan :

Menentukan faktor-faktor strategi yang akan di masukkan kedalam kelompok Kekuatan dan Kelemahan dalam strategi Pemasaran pada Agroindustri Keripik Pakis pada Agroindustri Keripik Pakis di Desa Selasari Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran.