

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, R., & Handayani, D. P. (2018). Strategi Diferensiasi Di Sebuah Produk. *Erlangga*, 31–60.
- Atmoko, R. A., & Susilowati. (2021). *Optimalisasi Digital Marketing: Modul Pembelajaran Kewirausahaan*. Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya. https://www.google.co.id/books/edition/Optimalisasi_Digital_Marketing/Vfhaeaaqbaj?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+pesaing&pg=PA70&printsec=frontcover
- Digital, P. S. K. (2021). *Pengertian Kemasan Primer, Kemasan Sekunder Dan Kemasan Tersier*. Flexy Pack. <https://flexypack.com/news/kemasan-primer-kemasan-sekunder-dan-kemasan-tersier>
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Analisis_SWOT/CRL2DwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Fawzi, H. Et Al. (2022). *Konsep , Teori Dan Implementasi*.
- Fibrianti, N. (2019). Upaya Pemahaman Pencantuman Label Pada Kemasan Produk Makanan Bagi Siswa SMA 12 Semarang. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 2(1), 1–9. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/JPHI/article/download/27743/17085>
- Indrawan, Mohamad Gita, Et Al. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern* (H. Herman (Ed.)). CV. Gita Lentera. https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN_MODERN/R8pbbeaaqbaj?hl=en&gbpv=1&dq=buku+manajemen+pemasaran+modern&pg=PR3&printsec=frontcover
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*. Kencana Prenada Group. <https://books.google.co.id/books?id=Oqrbdwaaqbaj&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Maulana, H., & Soepatini. (2021). *Segmenting, Targeting, Positioning*. Muhammadiyah University Press. <https://books.google.co.id/books?id=Nbgzeaaqbaj&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=true>
- Morse, B. F. (2014). *Madeleines: Elegant French Tea Cakes To Bake And Share*. Quirk Books. <https://www.google.co.id/books/edition/Madeleines/C-Rsawaaqbaj?hl=en&gbpv=1>
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju.

Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 1(1), 1–13.

- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504–514. <https://Dinastirev.Org/JIMT>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama. https://Books.Google.Co.Id/Books/About/Strategi_Promosi_Yang_Kreatif_Dan_Analis.Html?Hl=Id&Id=9cyqshfgg7kc&Redir_Esc=Y
- Sofjan, A. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. FT. Raja Grafindo Persada. https://Www.Scribd.Com/Embeds/328442216/Content?Start_Page=1&View_Mode=Scroll&Access_Key=Key-Ffexxf7r1bzevwu3hkfwf
- Sophia, Erwandri, E., & Varina, F. (2022). Teknik Pengemasan Dan Labeling Produk Olahan Makanan Ringan Di Desa Pematang Gajah. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 429–434. <https://Doi.Org/10.47841/Jsoshum.V3i4.256>
- Sutaguna, I. N. T., Sudarwadi, D., & Al, S. Et. (2023). *Pengembangan Produk* (M. Fuad (Ed.)). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https://Www.Google.Co.Id/Books/Edition/PENGEMBANGAN_PRODUK/Ejtseaaaqbj?Hl=En&Gbpv=1&Dq=I+Nyoman+Tri+Sutaguna&Pg=PR1&Printsec=Frontcover
- Tegar, N. (2019). *Panduan Lengkap Manajemen Distribusi*. Anak Hebat Indonesia. https://Www.Google.Co.Id/Books/Edition/Panduan_Lengkap_Manajemen_Distribusi/IQJWEAAAQBAJ?Hl=En&Gbpv=1&Dq=Panduan+Lengkap+Manajemen+Distribusi&Pg=PP1&Printsec=Frontcover
- Wati, N. R. (2024). *Pengembangan Produk Madeleine Cake Substitusi Dengan Substitusi Tepung Jagung*. Universitas Negeri Jakarta.
- Woerner, J., & Carnrite, J. (2023). *Target Consumer: Definition, Importance & Examples*. Study.Com; Study.Com. <https://Study.Com/Academy/Lesson/Target-Consumer-Definition-Lesson-Quiz.Html>