

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, F. d. (2012). Perumusan Strategi Pengembangan Produk Kurma Salak Berdasarkan Analisis Product Life Cycle (PLC) dan SWOT Pada Kelompok Tani Ambudi Makmur II Bangkalan. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan Vol.1, No.2*, 105-112.
- Assauri, S. (1996). *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi Edisi 1 Cetakan 7*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Conita. (2008). Analisis Daur Hidup Produk (Product Life Cycle) Tabungan iB Plus dan Penetapan Strategi Pemasaran Pada PT. BNI Syariah. Tbk. *Skripsi*.
- Dalimunthe, R. F. (2020, Mei). Analisis Daur Hidup Produk (Product Life Cycle) Bihun Tapioka di Provinsi Lampung. *JIIA*, Vol.8 No.2.
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). P-ISSN:2459-9921 E-ISSN:2528-0570245JURNAL PENELITIAN IPTEKS VOStrategi Bersaing UMKM Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 245-253.
- Fatimah, F., Widyabakti, M. A., & Sodikin, M. F. (2021). Peran Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Peningkatan Pangsa Pasar Pada BUMDes. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 49-58.
- Fitri, N. (2017). Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Yoghurt Dengan Pendekatan Product Life Cycle. *Skripsi*.
- Foster, D. W. (2000). *Manajemen Perusahaan*. Jakarta Pusat: Erlangga.
- Fuad, T. (2020). Pengembangan Kopi Bubuk Cap Paristo Liberika Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Kedai Gerai UMKM Mekar Jaya. *Skripsi*.
- Glueck, W. F., & Jauch, L. R. (2012). *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Herlambang, S. (2014). *Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyeng Publishing.
- Hitt, M. A. (2001). *Manajemen Strategis: Daya Saing dan Globalisasi Konsep Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Junianta, R. D. (2019). Perbandingan Siklus Hidup Produk Dota 2 dan CS: GO Berdasarkan Strategi Event Marketing. *Riset Manajemen Sains*, Vol.10, No.1.

- Kasmir. (2003). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kinnear, K. (1990). *Pengantar Metode Riset Sosial*. Bandung.
- Kotler, & Armstrong. (2011). *Marketing an Introduction*. Jakarta: Perason.
- Kotler, P. (1995). *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Edisi 8 Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Mamentu, S. V. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Berdasarkan Posisi Siklus Hidup Produk Smartphone Samsung di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.7 No.1.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nasution, A. H. (2006). *Manajemen Industri*. Yogyakarta: Andi.
- Polli, R., & Cook, V. (1969). Validity of Product Life Cycle. *Journal of Business* Vol.42 No.4.
- Qomariah, N. (2016). *Marketing Adaptive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.
- Rahmah, A., Fitri, Y., & Oktari Ulma, R. (2017). STRATEGI PEMASARAN DODOL ROSELA PADA AGROINDUSTRI “Adsari” BERDASARKAN PRODUCT LIFE CYCLE (PLC) DI KOTA JAMBI. *JURNAL ILMIAH SOSIO-EKONOMIKA BISNIS*, Vol.20, No.2.
- Rahmah, M. (2017). Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut Dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Pada Kelompok Wanita Tani Melati. *Skripsi*.
- Rahmah, U. A. (2019). Strategi Promosi dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo. *Skripsi*.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Santoso, G. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Santoso, I. (2016). Integrasi Analisis Product Life Cycle dan Metode AHP-TOPSIS Dalam Perumusan Strategi Pengembangan Produk. *Teknologi Industri Pertanian*, Vol.26, No.2, Hal.227-235.
- Sari, I. P. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan PLC dan SWOT Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Pada UKM Tahu (Pada UKM Tahu Mudji dan UKM Tahu Hosen Kecamatan Sukowono). *Skripsi*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, B. I. (1986). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Z. A. (2010, September). Analisis Daur Hidup Produk (Product Life Cycle) Produk Ikan Tuna Olahan (Suatu Penelitian di PT. Betel Citra Seyan Gorontalo). *INOVASI*, Vol.7 No.3.
- Wind, Y. (1992). *Product Policy: Concept, Methods and Strategy*. Addison-Wesly Publishing Co.