

## Daftar Pustaka

- [1] H. Umar. (2001). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- [2] E. Hadiyanti. (2009). Kajian Pendekatan Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan No.11, Vol.2, 183-192
- [3] Y. R. Suci. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos. No.1, Vol. 6.
- [4] Kasmir, Jakfar. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi. Depok:Kencana Prenada Media.
- [5] P. Kotler, K. L. Keller, (2014). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- [6] I. Andriana, I. Wirahadikusuma. (2017). Kelayakan Pasar dan Pemasaran pada Penjualan Produk Sprei dan Bedcover di Wilayah Batununggal. No. 60 Vol.2.
- [7] Tjiptono F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- [8] P. Kurniawan. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Burneh.Jurnal Kompetensi.11(2)
- [9] Tim Dosen Teknik Industri UNIKOM (2014). Pengenalan Teknik Industri. Bandung:Rekaya Sains
- [10] H. Sukotjo, S. Radix. (2010). Analisis Marketing Mix-7p (Product,Price,Promotion,Place,Partisipant,Process dan Physical Evidence) terhadap keputusan pembelian produk klinik kecantikan teta di Surabaya. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis No. 2 Vol. 1.
- [11] R.A. Lestari. (2014). Pengaruh Kepemimpinan Partisipatif Dan Komitmen Organisasi Terhadap Efektifitas Implementasi Rencana Stratejik Pada Madrasah Aliyah Di Kabupaten Sukabumi Jawa Barat. Jurnal Administrasi Pendidikan No. 1 Vol. XXIII.
- [12] Lydia A., (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Dalam Upaya Meningkatkan *Market Share*. Jurnal Manajemen. 4(3):1-13

- [13] Betrik J., (2018). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Jenis Kulit Terbaik Untuk Pembuatan Sepatu Dengan Menggunakan Metode VIKOR. Jurnal Riset Komputer. 5(1):6-12.