

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan. (2015). *Industri Kecil Sumatera Selatan*. BPS.
- Hamira, H., Robiani, B., & Mukhlis, M. (2019). Analisis Strategi Harga, Strategi Produk, dan Keuntungan Pada Industri Kerupuk Kemplang di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 17(1), 8–15.
<https://doi.org/10.29259/jep.v17i1.8917>
- Hasibuan, N. (2007). *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. Universitas Terbuka.
- Herry Widagdo, , Charisma Ayu, & R. P. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Kerupuk Kemplang Ukm Palemban*. 294–303.
- Irawan, P. (2007). *Kewirausahaan UKM: Pemikiran dan Pengalaman/FE Ubaya dan Forda UKM Jawa Timur*. Edisi pertama. Graha Ilmu.
- Jannati, N. S., Rusdi, M., & Melis, M. (2021). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Industri Rumahan Kemplang Di Wilayah Jakabaring Palembang). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 7(1), 74–81.
<https://doi.org/10.19109/ieconomics.v7i1.8213>
- Kertajaya, H. (2007). *No Title* (Edisi pertama. Graha Ilmu (ed.)). *Kewirausahaan UKM: Pemikiran dan Pengalaman/FE Ubaya dan Forda UKM Jawa Timur*.

- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. PT Erlangga.
- Kuncoro, M. (2007). *Ekonomi Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. CV Andi Offset.
- Kushartono. (2019). Strategi Harga Dalam Persaingan Penjualan Pada Home Industry Kerupuk Ikan Balqi Food Paciran Lamongan. *Ayan*, 8(5), 55.
- Nofrizal. (2017). Strategi Pengembangan USAha Kecil Dan Menengah (UKM) Kerupuk Kulit Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Unilak*, 14(1), 88–95.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2014). *Mikroekonomi (Ed.8)*. Erlangga.
- Purwanto, B. (2011). Pendidikan Kewirausahaan Perempuan Berbasis Potensi Lokal pada Industri Kerupuk Kemplang di Desa Tebing Gerinting Utara Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Jipswari*, 11, 82–100.
- Sammut-Bonnici, T., & Channon, D. F. (2015). Wiley Encyclopedia of Management (Third Ed.). John Wiley & Sons, Ltd. *Pricing Strategy*. (C. L. Cooper, J. McGee, & T. Sammut-Bonnici, Eds.).
[https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120162](https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom120162)
- Sukirno, S. (2008). *Pengantar Ekonomi Mikro*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Teguh, M. (2010). *Ekonomi Industri*. PT Raja Grafindo Persada.
- Terttiaavini, & Saputra, T. S. (2020). Menggunakan Digital Marketing Bagi

Masyarakat Terdampak Covid-19 Di Kampung Keluarga Berhasil (Kb).

Seminar Nasional AVoER XII 2020, 18–19.

<http://ejournal.ft.unsri.ac.id/index.php/avoer/article/view/251>

Tjiptono, F. Gregorius, C. Dadi, A. (2008). *“Pemasaran Strategik”*, Jilid 1.

Penerbit CV. Andi Offset.

Vina Merliana, S. A. A. (2018). *Pengaruh Strategi Biaya Rendah, Diferensiasi*

Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Ukm. 17(3), 130–144.

Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga*

Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi).

<https://doi.org/https://doi.org/10.31955/MEA.VOL2.ISS1.PP106-128>