

## REFERENCES

- Amin,. S., & Jaya, I. (2019). *Creativity and Innovation in Achieving Success in Traditional Cake Businesses*. Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah. (Vol. 6, No. 4), 435-444.
- Arulmathy, T.M., & Selvan, D.A. (2021) *Prospect and Problem in Marketing of Bakery Products in Madurai District*. UGC Care Group 1 Journal. (Vol. 51, No. 1), 107-109
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Balau, Y, Manosoh, H, & Runtu, T. (2019) *Analisis Biaya Kualitas dan Biaya Pemasaran dalam Kaitannya dengan Tingkat Earning Before Interest and Tax (EBIT) (Studi Kasus pada PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado cabang Tendean)*. Jurnal EMBA, 3538-3547.
- Elida, T., & Raharjo., A. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Erdiana. A.E., & Farida., S.N. (2021). *Analysis of Marketing Strategies in the Middle of the COVID-19 Pandemic to Increase Sales Revenue at Restu Bakery Bojonegoro*. Jurnal Publicuho. (Vol. 4, No. 1),146-157.
- Glauner, F. (2016). *Future Viability, Business Models, and Values: Strategy, Business Management and Economy in Disruptive Markets*. Switzerland: Springer International Publishing Switzerland.
- Harjadi, D., & Fatmasari, D. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Konsep*. Kuningan: Universitas Kuningan.
- Hendrayani, E., et, al. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hikmat, W. R. (2020). *Penerapan Metode Mark-Up Pricing untuk Menentukan Harga Jual Kaos Polos Pada UKM Suckseed Konveksi di Tasikmalaya*. Jurnal Mahasiswa Industri Galuh. (Vol. 1, No. 1), 62-68.
- Kotler., P., & Keller., K. L. (2016). *Marketing Management: 15<sup>th</sup> Edition*. London: Pearson Education Limited.

- Kim, B. G., & Joong, H. H. (2020). *A Study on Strategies of Multinational bakery Retailers in China: Focused on Paris baguette and Competitors*. *Distribution Science Journal*, 55-66.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing: Fifteen Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Kurniawan , A., R. (2018). *Dasar-Dasar Marketing: Segala Hal tentang Marketing dan Sales*. Depok: Quadrant.
- Mait, F. H., Lumanauw, B., & Samadi, R. (2022). *Analisis Strategi Marketing Mix untuk Meningkatkan Volume Penjualan Paada UMKM Pabrik Roti Nabila Bakery Manado*. EMBA, 996-1003.
- Purwanto, E. (2020). *Pengantar Bisnis: Era Evolusi Industri 4.0*. Purwokerto: Sasanti Institute.
- Putri, B., R., T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Udayana University.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Salim, M., Saputra, F. E., Hayu, R. S., & Febliansa, M. R. (2021). *Marketing Peformance of Bread and Cake Small and Medium Business with Competitive Advantage as Moderating Variable*. *Management Sience Letters Journal*, 1441-1428.
- Susetyo, D. P., Firmansyah, D., & Aisah, A. S. (2021). *Perubahan Biaya Operasional dan Jumlah Penjualan terhadap Laba Bersih sebelum dan pada Masa Pandemic Covid-19 (Studi pada PT. Nuansa Ilham Prima Sukabumi)*. *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 208-219.
- Yalo, M. I., Enimola, D. J., & Nafiu, A. T. (2019) *Effects of marketing Strategies on the Performance of Small and Medium-Scale Enterprises in Kogi Strate*. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 445-451.