

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, S. (2019). *Strategi Survival Pelaku Umkm Di Masa Pandemi (Studi pada Pengusaha Konveksi di Kediri Selatan)*.
- Assauri, S.(2011) Manajemen Pemasaran edisi pertama,(Jakarta: Rajawali Pers.)
- Chen, B., Zhang, X., & Zhou, Q. (2021). Product differentiation and brand building: a hedonic analysis of yogurt price in China. *International Food and Agribusiness Management Review*, 24(3), 481–498. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2020.0040>
- Emory, C. D. R. dan C. W. (1992). Metode Penelitian Bisnis. <https://123dok.com/article/cara-menentukan-informan-penelitian-informansumber-penelitian.y967rrvy>
- Hayati, R. (2022b). Pengertian Penelitian Fenomenologi, Ciri, Kelebihan, Kekurangan, dan Contohnya. *Penelitianilmiah.Com*. <https://penelitianilmiah.com/penelitian-fenomenologi/>
- Kiraman, A., Umar, Z. A., & Juanna, A. (2022). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...*, 5(2), 809–818. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16553%0Ahttps://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/viewFile/16553/5235>
- Kotler, P. (2014) “Manajemen Pemasaran: Sudut Pandang Asia”, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia)
- Lenti, M., Beni, S., Sadewo, Y. D., & Usman. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 9–19. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v2i2.190>
- Maabuat, O. R. J., H Dotulong, L. O., & Rotinsulu, J. J. (2021). Influence of Product Differentiation Strategy and Promotion Towards Decision of Purchase in Pt. Hasjrat Abadi Manado (Tendean). *Emba*, 9(3), 1711–1720.
- Manggala, G.M.F., Maulani, F. (2022). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Seblak Ceu Edah*. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*. Volume 1 (2), 2022: 286 – 296
- Mashuri, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215–224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.175>
- Moleong, L. J. (2012). . Metodologi Penelitian Kualitatif
- Ni Kadek Pitri Anggreni, Mirah Ayu Putri Trarintya, & Dewa Nyoman Denni

- Kusyana. (2021). Peran Diferensiasi Produk dan Dining Service Quality Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(2), 696–705.
- Rochmah, S. (2014). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi Di Kecamatan Semarang Barat.” *Jurnal STIE Semarang*, 6(2), 77–100.
- Rofiah, C. (2021). Qualitative Methods: Simple Research With Triangulation Theory Design. *Develop*, 5(1), 18–28.
- Rofiah, C. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Lengkap dengan Rencana Pembelajaran Semester dan Contoh Pedoman Penulisan Skripsi Kualitatif*. CV Literasi Nusantara Abadi
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sahetapy, J. (2013). “Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado.” *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Sugiyono. (2016). Pengertian Data Primer & Perbedaannya dengan Data Sekunder. Populix. <https://info.populix.co/articles/data-primer-adalah/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Slamet, Y. (2019). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Taufan, (2016) *Sosiologi Hukum Islam: Kajian Empirik Komunitas Sempalan*, Yogyakarta: Deepublish, hal. 108.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Banyumedia Publishing.
- Valiandri,B.A (2016) “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing di Rumah Cantik Sehat (RSCM) Gedong Kuning Yogyakarta”, Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>