

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W., & Faisal, F. (2016). PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK KANWIL X MAKASSAR. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 3(1), 154–169. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/minds.v3i1.4619>
- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118–134. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>
- Amanta, F., & Gupta, K. (2022). *Perdagangan untuk Pemulihan Ekonomi: Kebijakan Impor untuk Mendukung Sektor Makanan dan Minuman Indonesia*. Center for Indonesian Policy Studies (CIPS).
- Andhera, M. R., & Nasution, M. A. N. (2023). UMKM dan Pembangunan. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 791–800.
- Assauri, S. (2016). *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantage* (2th ed.). Rajawali Pers.
- Bachtiar, D. I. (2018). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UKM Gula Kelapa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 52–60.
- Bulan, T. P. L. (2017). Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Juragan Jasmine Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 679–687.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Raja
- ndo Persada.
- , A. (1962). *Strategy & Structure: Chapters in the History of the American*



Industrial Enterprise. Cambridge: MIT Press.

Creswell, J. W. (2014). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage.

Fred R. David, F. R. D. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases, Global Edition (2015)*. Pearson Education Limited.
<http://http/www.pearsonmylabandmastering.com>

Garcia-Martinez, L. J., Kraus, S., Breier, M., & Kallmuenzer, A. (2023). Untangling the relationship between small and medium-sized enterprises and growth: a review of extant literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(2), 455–479. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00830-z>

Gobel, J., Yantu, I., & Juanna, A. (2022). Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Kentucky Fried Chicken (KFC) Jl. Hb Jassin Gorontalo. *Jambura*, 5(2), 611–620.
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian: Kualitatif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.

Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Jurnal Studi Manajemen*, 9(2), 142–153.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Erlangga.

Ma'arif, M. F., Pratiwi, R., & Haryono, A. T. (2023). Analisis Orientasi perusahaan Dan Diversifikasi Produk Pada Keberhasilan Usaha Melalui es Perkembangan Usaha. *Mbia*, 21(3), 360–376.



<https://doi.org/10.33557/mbia.v21i3.1938>

Mooney, A. (2010). Core Competence, Distinctive Competence, and Competitive Advantage: What is The Difference? *Journal of Education Fo Business*, 83(2), 110–115.

Muayyanah, A. (2019). *Analisis Diversifikasi Produk Berlabel Halal Sebagai Upaya Pengembangan Produk dan Pengurangan Risiko*. IAIN Kudus.

Nurman. (2014). Analisis Diversifikasi Produk Pada Perusahaan Asuransi (Studi Kasus Pada P.T. Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Economix*, 2(1), 18–27.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.

Rizka, Y. W. M. (2024). *PERAN STRATEGI DIVERSIFIKASI FOOD AND BEVERAGE UNTUK MENINGKATKAN COMPETITIVE ADVANTAGE DI RAYZ HOTEL UMM*. Universitas Muhammadiyah Malang.

Robbins, S., & Coulter, M. (2012). *Management, Eleventh Edition*. Pearson Education.

Rothaermel, F. (2014). *Strategic Management 2e*. McGraw Hill Education.

Rusdiana, A. (2020). *Mata Kuliah Manajemen Strategik*. Pustaka Tresna Bhakti Bandung.

Santoso, H. (2022). Analisis Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 8(2), 152–164.

<https://doi.org/10.19109/ieconomics.v8i2.12939>



ti, R. A., Karnadi, K., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh rsifikasi Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan

- Mediasi Kepercayaan Konsumen Pada Toko Ud Subur Di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(5), 1039. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i5.2146>
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 8(2), 12–19. <https://jurnal.polsri.ac.id>
- Siswati, E., Ardana, A., & Pudjowati, J. (2022). Analisis Diversifikasi Produk Tahu Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 10(2), 18–23. <https://doi.org/10.33366/ref.v10i2.3919>
- Sopiawadi, M. (2022). Analysis of Design Strategy Implementation of Human Resources in Biofloc System Fish Livestock Business Unit At Muamalat *TSARWATICA (Islamic Economic, Accounting, and ...)*, 4, 35–47. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/tsarwatica/article/view/1047>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suprobawati, D., Sugiharto, M., & Miskan. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial*, 6(1), 53–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jmnegara.v6i1.4551>
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.



., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk adap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri

Makanan Dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599.

<https://doi.org/10.58344/jii.v2i6.3140>

Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. ANDI.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategi* (3rd ed.). Yogyakarta: CV Andi.

Yusnita, M., & Wahyudin, N. (2019). Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif Umkm Melalui Kapasitas Inovasi Dengan Perspektif Gender. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 1(2), 174–183.
<https://doi.org/10.35829/econbank.v1i2.44>.

