

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2021). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*. No. ISBN: 978-602-438-350-3.
- Barney Jay B. and. Clark DN, 2007, *Resource-Based Theory : Creating and Sustaining Competitive Advantage*, Oxford University Press, New York
- Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 13 (1): 124. doi:10.19184/jpe.v13i1.10432.
- Ekarina. (2020). *Ramai-ramai Produsen Kosmetik Banting Setir Produksi Hand Sanitizer*. Diambil dari <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5f769e4371009/ramai-ramai-produsen-kosmetik-banting-setir-produksi-hand-sanitizer>.
- Elena, Maria. (2020). *Ini Sektor yang Diuntungkan dari Pandemi Covid-19*. Diambil dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200424/9/1231867/ini-sektor-yang-diuntungkan-dari-pandemi-covid-19>.
- Fahmi, Irham. (2013). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Julian, Muhammad & Wahyu T. Rahmawati. (2020). *Pemain produk hand sanitizer membeludak, bagaimana prospek pasar ke depan?*. Diambil dari <https://industri.kontan.co.id/news/pemain-produk-hand-sanitizer-membeludak-bagaimana-prospek-pasar-ke-depan>.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia (Segmenting, Targeting, dan Positioning)*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka.
- Kim, W. Chan & Renee Mauborgne. (2015). *Blue Ocean Strategy: How to Create*

Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Boston: Harvard Business School Publishing.

Kotler, Philip. (1999). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1 (edisi ke-6)*. Jakarta: Erlangga.

Marketing Strategies For Late-to-Market Products (2021). *From Trends and Developments*. KnowThis.com. Diambil dari <https://www.knowthis.com/trends-developments/marketing-strategies-for-late-to-market-products/>.

Mandasari, D.J., Widodo, J., dan Djaja S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten

McCarthy, Jerome E. (1964). *Basic Marketing. A Managerial Approach*. Homewood, IL: Irwin.

Satori, Djam'an, & Komariah, A. (2011b). *Qualitative Research Methodology*. Bandung: Alfabeta.

Schooley, Skye. (2019). *SWOT Analysis: What it is and When to use it*. Diambil dari <https://www.businessnewsdaily.com/4245-swot-analysis.html>.

Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Sugiyono. 2013. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono, H. (2016). *Metode kualitatif dan kuantitatif*. Cetakan Ke-23. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran (edisi ke-2)*. Yogyakarta: ANDI Publisher. ISBN 979-731-381-6.

Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka.

Antonio & Cardeal. (2012). Valuable, Rare, Inimitable Resources, and Organization (VRIO) resources or Valuable, Rare, Inimitable Resources (VRI) Capabilities: What Leads to Competitive advantage ?. *African Journal of Business Management* Vol.6(37).

Wehrich, Heinz (1982). *The TOWS matrix—a tool for situational analysis*. Long Range Planning. 15 (2). doi:10.1016/0024-6301(82)90120-0.