

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, I. (2012). KRITERIA EMPIRIK DALAM MENENTUKAN UKURAN SAMPEL PADA PENGUJIAN HIPOTESIS STATISTIKA DAN ANALISIS BUTIR . *Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 140-148.
- Arizqi. (2019). Implementasi Model Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) pada Sistem Informasi Akademik (SIA) di Universitas Swasta Kota Semarang Jawa Tengah. *Manajemen Teknologi*, 138-155.
- Badowi, M. (2018, Maret 16). *MATRIKS ANALISIS EFE DAN IFE*. Retrieved from Mochamad Badowi Web site: <https://www.mochamadbadowi.com/news/matriks-analisis-e-fe-dan-ife.html>
- Badowi, M. (2018, April 3). *Matriks GE Mckinsey*. Retrieved from Mochamad Badowi Website: <https://www.mochamadbadowi.com/news/matriks-ge-mckinsey.html>
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategis Konsep Terjemahan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Febrianti, O. V., & K., M. S. (2014). Usulan Alternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Economics*, 1-8.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20,00*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryanto, A. T. (2020, February 20). *Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia*. Retrieved from detiknet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Miharja, K. (2018). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica*, 30-38.
- Nugrahani, D. S. (2011). E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PRODUK. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8-12.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal PProfesi Humas Universitas BSI*, 1-20.

- Pengajarku. (2020, August 22). *Pengertian Aplikasi Menurut Para Ahli*. Retrieved from Pengajar.co.id: <https://pengajar.co.id/aplikasi-adalah/>
- Prasetyo, Y. W., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). PERUMUSAN STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN MENGGUNAKAN MATRIKS BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) DAN MATRIKS TOWS-K (Studi Pada PT Bank Muamalat Tbk.). *Administrasi Bisnis*, 170-175.
- Prayudi, I., Wisnubroto, P., & Susetyo, J. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EVA BOUTIQUE DENGAN METODE SWOT DAN QSPM. *REKAVASI*, 33-40.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN RESTORAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN METODE QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIKS) (STUDI KASUS RESTORAN BIG BURGER MALANG). *Industria*, 93-106.
- Questibrilia, B. (2019, July 25). *Marketing: Definisi, Fungsi, Konsep, serta Jenis*. Retrieved from Jojonomic: <https://www.jojonomic.com/blog/marketing/>
- Rahmah, A. (2021, May 24). *Matriks BCG*. Retrieved from Rumus.co.id: https://rumus.co.id/matriks-bcg/#Kelebihan_dari_Menerapkan_Matriks_BCG
- Rahmawati, Y., & Syahputra. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN PENGGUNAAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) PADA CV. RABBANI ASYSA. *e-Proceeding of Management*, 3996-4004.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Riduwan. (2009). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti*. Bandung: CV Alfabeta.
- Saputra, A. D., Danial, D. M., & Samsudin, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Industri Makanan Ringan Dengan Matriks Boston Consulting Group (BCG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2621-2374.

- Sirclo. (2020, April 3). *7 Jenis Digital Marketing yang Bisa Diterapkan untuk Bisnis UKM*. Retrieved from Sirclo: <https://www.sirclo.com/7-jenis-digital-marketing-yang-bisa-diterapkan-untuk-bisnis-ukm/>
- Sukotjo, H., & A., S. R. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya . *Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 216-228.
- Svara Innovation. (2017). *SVARA Media & Broadcasting Platform*. Retrieved from Svara Website: <https://svara.id/>
- Tritama, H. B., & Tarigan, R. E. (2014). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND AWARENESS. *Jurnal Fakultas Ilmu Komputer*, 3-4.
- Tulasi, D. (2012). MARKETING COMMUNICATION DAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Marketing Communication*, 218-221.