

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Ranginang (Rengginang) Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 267–276.
- Akbar, M. J., Fitriani, M., & Maghfiroh, N. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot Dan Qspm Untuk Meningkatkan Penjualan Beras. *Jurnal Intech Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61–67.
- Amalia, L. A., Zulistiani, & Damayanti, S. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Senmea : Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*.
- Annisa, Nasution, A. I. L., & Atika. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Sawah Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dengan Pendekatan Qspm Desa Punden Rejo Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Regress : Journal Of Economics & Management*, 3(2), 61–71.
- Ariefta, S., Suseno, A., & Hadining, A. F. (2022). Pemilihan Alternatif Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)-Ahp (Analytical Hierarchy Process) Studi Kasus Kedai *Jurnal Ilmiah Wahana ...*, 8(12), 372–383.
- Atikah, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Restoran Ramen Aboy). *Jurnal Mebis (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(1), 88–99. <https://doi.org/10.33005/Mebis.V6i1.208>
- Ayunda Putri, M., Rahayu, A., & Dewi Dirgantari, P. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot, Matriks Ife, Matriks Efe, Dan Matriks Ie (Studi Kasus Pada Bisnis Banjagim.Id). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 224–234.
- Biasa, K. M., Tumbel, A. L., & Walangitan, M. D. (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop

- Manado) Utilization Of Online Marketing Systems And Marketing Strategies In Increasing Consumer Purchase. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 948–956.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Hikmah, Jamir. S., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). Intelektual Manifes Media.
- Erfiati, R. D., & Helfi, Y. (2023). Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3400–3412.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk Umkm Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22. <https://doi.org/10.32670/Coopetition.V12i1.279>
- Febriyanti, N. N. M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Roti Pada Arsyifa Bakery Menggunakan Metode Promotion Mix Dan Ahp. *Journal Geej*, 7(2), 980.
- Fikri Ihsanul Fuad, Juliana Kadang, & Ihksan Syarifuddin. (2023). Implementasi Business Model Canvas (Bmc) Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Toreko. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 102–113. <https://doi.org/10.58192/Ebismen.V2i1.656>
- Fitri Zakiyah, E., Bowo Prayoga Kasmoo, A., & Nugroho, L. (2022). Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1657–1668. <https://doi.org/10.53625/Jcijurnalcakrawalailmiah.V2i4.4482>
- Hawa, S. D., Raharja, M. C., & Rianto, S. (2023). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm Batik Banyumas Melalui Kinerja Pemasaran Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Peradaban (Jsitp)*, 4(1), 40–44.
- Hengki, M., Putra, R., & Aryaseta, A. W. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot Serta Pendekatan Ifas Dan Efas Pada Rumah Sakit Mata Pasuruan. *Tecnoscienza*, 8(2), 365–380.
- Hidayat, A., & Sudarso, I. (2024). Analisis Integrasi Metode Swot – Fuzzy Ahp Untuk Penyusunan Strategi Peningkatan Penggunaan Transportasi Udara Di

- Bandara Trunojoyo Sumenep. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*.
- Jayanti, S. D., & Nasution. (2021). Sentra Penjualan Batik Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan Tahun 2009-2014. *Avatara, E-Juournal Pendidikan Sejarah*, 11(1).
- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). Kinerja Umkm Ditinjau Dari Budaya Organisasi, Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Kualitas Total, Dan Modal Sosial. *Current: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 217–238. <https://doi.org/10.31258/Jc.2.1.217-238>
- Lestari, D. I., Amilia, W., Rusdianto, A. S., Choiron, M., & Mahardika, N. S. (2024). Marketing Strategy Planning Of Kahyangan Coffee Using Marketing Mix In Coffee Shops. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 287. <https://doi.org/10.19184/Jsep.V16i3.43030>
- Maisah, Mahdayeni, Maryam, & Alhaddad, M. R. (2020). Penerapan 7p Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 60–69. <https://doi.org/10.31933/Jemsi>
- Pasaribu, R. D., Pertiwi, A. N., & Sugiharto, Z. I. (2022). Strategi Bisnis Dan Program Fungsional Pada Usaha Roti Dengan Pendekatan Analisis Dan Matriks Swot. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 6(3), 1450–1465. <https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2503>
- Permata, E. G., Rizki, M., Papilo, P., Silvia, S., & Zain, A. M. (2020). Analisa Strategi Pemasaran Dengan Metode Bcg (Boston Consulting Group) Dan Swot. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(2), 92–100. <https://doi.org/10.24014/Sitekin.V17i2.12329>
- Prayuda, R. Z. (2024). Investigating The Role Of Digital Marketing , Price Perception , Customer Satisfaction And Its Impact On Marketing Performance. *Journal Of Industrial Engineering & Management Research*, 5(2), 25–30.
- Priyantoro, A., & Setyorini, R. (2023). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dan Analytic Hierarchy Process (Ahp) Pada Hotel Lingian. *E-Proceeding Of Management*, 10(3), 1672–1685.
- Rahmawati, D., & Prihartono. (2022). Penerapan Model Sekolah Berbasis Pendidikan Semi Militer Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm (Studi Kasus

- Di Lembaga Pendidikan Dan Latihan Taruna Nusantara Indonesia). *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 3(6), 3417–3430.
- Ramadhani, N., Nandani, D. R., Hidayana, N., Hendrawan, Y., Gustianda, P. R., & Agustina, R. (2024). Penerapan Strategi Marketing Mix Manisan Asam Gelugur Dalam Upaya Peningkatan Target Pendapatan Desa Dogang. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Vol. 6, Issue 4). Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V5i4.918>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–222. <https://doi.org/10.47467/Elmujtama.V1i2.853>
- Ramdhani, A. Y., Munikhah, I. A. T., Arini, R. W., & Saepullah, A. (2022). Peningkatan Performansi Proses Produksi Konveksi Dengan Software Simulasi Flexsim 2019. *Jurnal Trinistik: Jurnal Teknik Industri, Bisnis Digital, Dan Teknik Logistik*, 1(2), 58–64. <https://doi.org/10.20895/Trinistik.V1i1.712>
- Sari, P. A., & Ratmono. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Kompensasi, Disiplin Kerja Dan Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pln (Persero) Up3 Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(2), 319–331. <https://doi.org/10.24127/Diversifikasi.V1i2.611>
- Satoto, H. F., & Norhabiba, F. (2021). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matriks (Studi Kasus Ud. Intansari Raya). *Jurnal Tiarsie*, 18(4), 109–115.
- Sejati, H. D. D., & Irawati, S. A. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Melalui Pendekatan Matriks Ifas Dan Efas Di Kawasan Alun-Alun Trunojoyo Kabupaten Sampang. 7(5), 4991–4999.
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Bi Rahmani, N. A. (2023a). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (Product, Price, Promotion, And Place) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122. <https://doi.org/10.26623/Jreb.V16i2.7288>
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Bi Rahmani, N. A. (2023b). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (Product, Price, Promotion, And Place) Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122. <https://doi.org/10.26623/jreb.V16i2.7288>
- Suhud, M. K., Gumelar, I., Studi, P., Industri, T., Tinggi, S., & Wastukencana, T. (2022). *Penerapan Strategi Peningkatan Hasil Penjualan Di Gudang Jaya Plaza Telur Dengan Menggunakan Swot Dan Ahp*. 12(2), 295–307.
- Tampubolon, R. I. (2024). Business Improvement Strategy For Local Erp Companies In Indonesia: Swot Method, Fuzzy Ahp-Topsis. *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 15(1), 84. <https://doi.org/10.58836/jpma.V15i1.21173>
- Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 42–48. <https://doi.org/10.32528/jmbi.V8i1.7429>
- Zamista, A. A., & Hanafi, H. (2020). Analisis Soar Pada Strategi Pemasaran Di Industri Jasa Finance. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 6(1), 27. <https://doi.org/10.24014/jti.V6i1.9335>