

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Makmur & Saprijal, “STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian),” *J. Ilm. Cano Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 41–56, 2015.
- [2] A. L. B. Masalah, “Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hlm. 6. 1,” pp. 1–8, 2001.
- [3] B. A. B. Ii, A. O. Pasar, and P. O. Pasar, “Adoc.Pub_Sofjan-Assauri-Manajemen-Pemasaran-Dasar-Konsep-Da,” vol. 3, no. 3, pp. 10–28, 2012.
- [4] M. S. M. Darmiyati Zuchdi, Zuhdan Kun Prasetya, “Pengembangan Model Pendidikan Karakter Terintegrasi dalam Pembelajaran Bidang Studi di Sekolah Dasar,” *Cakrawala Pendidik.*, no. 1, pp. 1–12, 2010.
- [5] N. Susanti, H. Halin, and M. Kurniawan, “Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian,” *J. Ilm. Ekon. Glob. Masa Kini*, vol. 8, no. 1, pp. 43–49, 2017.
- [6] M. M. Abdullah, *Bisnis Syariah Manajemen*. 2014.
- [7] M. Rusdi, “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya,” *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 83–88, 2019, doi: 10.21107/jsmb.v6i2.6686.
- [8] H. N. Safa’atin, “Strategi Pemasaran Prima Martprimkopal Juanda Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Masa Pandemi,” *JU- J. Ketahanan Pangan*, vol. 4, no. 2, pp. 15–19, 2020.
- [9] M. Teh and P. Krisna, “2) 1,2,” vol. 1, no. 6, pp. 731–741, 2022.
- [10] M. F. Seknun, “Strategi Pembelajaran,” *Biosel Biol. Sci. Educ.*, vol. 2, no. 2, p. 120, 2013, doi: 10.33477/bs.v2i2.376.
- [11] F. Tjiptono, “Strategi pemasaran,” 2019.
- [12] F. H. Boangmanalu and M. Yafiz, “Strategi LAZ WASHAL dalam Penyaluran Dana untuk Mensejahterahkan UMKM,” *JIKEM J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 795–799, 2022.
- [13] J. N. Munandar, A. L. Tumberl, and A. S. Soegoto, “Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Kopi Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Black Cup Coffee and Roastery Manado),” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 8, no. 4, 2020.
- [14] D. Sunyoto, “Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus,” 2014.

- [15] J. Kasmir, “Studi kelayakan bisnis,” *Jakarta: Prenada Media*, 2003.
- [16] A. Sofjan, “Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi,” 2007.
- [17] M. I. Yusanto, *Menggagas bisnis islami*. Gema Insani, 2002.
- [18] B. Swastha, “Irawan, manajemen pemasaran modern,” *Penerbit Lib. Yogyakarta*, 1990.
- [19] M. Nafarin, “Penganggaran Perusahaan Edisi keempat,” *Jakarta: Salemba Empat*, 2009.
- [20] A. Dewi, L. Mananeke, and J. G. Poluan, “Analisis Strategi Promosi Online Dalam Meminimalisir Biaya Penjualan Pada Brand Nobby Classy Muslim Outfit Di Manado Town Square Sulawesi Utara,” *J. EMBA J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 9, no. 2, 2021.
- [21] A. Prasetyo, “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pabrik Mesin Industri Kecamatan Geger Kabupaten Madiun,” *Equilib. J. Ilm. Ekon. dan Pembelajarannya*, vol. 4, no. 2, pp. 201–211, 2016.
- [22] S. Al Sukri, “BASIC Marketingstrategykonsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek,” 2020.
- [23] A. Setiawan, “Sebuah agenda penelitian: menentukan faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumen memilih dan mempergunakan skuter matik,” *J. Ilmu Manaj. dan Akunt. Terap.*, vol. 2, no. 2, 2011.
- [24] M. Zulkarnain and M. Mukarramah, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Sektor Makanan Dan Minuman,” *J. Akuntansi, Ekon. Dan Manaj. Bisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 192–200, 2019.
- [25] N. L. Niswa, “Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk fashion muslim pada toko antaradin hijabs di Shopee.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- [26] A. Mujahidin and I. Khoirianingrum, “Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro,” in *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2019, vol. 2.
- [27] A. F. Risa, “Pengaruh Segmentasi Pasar berdasarkan Demografi terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus Pasar Sepatu Desa Bojong, Cikupa Tangerang-Banten).” UIN SMH BANTEN, 2020.
- [28] N. N. Nurhadi, “MANJEMEN STRATEGI PEMASARAN BAURAN (MARKETING MIX) PERSEPKTIF EKONOMI SYARIAH,” *Hum. FALAH J. Stud. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 6, no. 2, 2019.
- [29] D. Saladin, S. Assauri, W. G. Nickels, P. Smith, C. Berry, and A. Pulford, “Larasati Ayu Sekarsari Nim. 105020201111029 Jurusan Manajemen

Marketing Communication: Tugas 3.”

- [30] I. Fahmi, “Manajemen strategis teori dan aplikasi,” *Bandung Alf.*, 2013.
- [31] T. Tripomo Udian, “Manajemen Strategi,” *Bandung: Rekayasa Sains*, 2005.
- [32] D. S. Kodrat, “Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan,” 2009.
- [33] S. Suti, “STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PADA TOKO LADYFAME BANDAR LAMPUNG.” UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2021.
- [34] F. Rangkuti, *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, 1998.
- [35] J. Salusu, *Pengambilan keputusan stratejik*. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2015.
- [36] P. Cahyono, “Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan metode swot dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan,” *JPIM (Jurnal Penelit. Ilmu Manajemen)*, vol. 1, no. 2, pp. 10-Halaman, 2016.
- [37] K. A. Roni and D. A. Wati, “STRATEGI PEMASARAN TERNAK SAPI KELOMPOK TANI MULYA DENGAN ANALISIS SWOT DI KABUPATEN TEBO,” *J. Manaj. Sains*, vol. 1, no. 3, pp. 208–218, 2021.
- [38] B. A. B. Ii and K. Pustaka, “BAB II pandemi covid,” 2020.
- [39] I. Irkhamiyati, “Evaluasi Persiapan Perpustakaan Stikes’ Aisyiyah Yogyakarta Dalam Membangun Perpustakaan Digital,” *Berk. Ilmu Perpust. Dan Inf.*, vol. 13, no. 1, pp. 37–46, 2017.
- [40] G. D. Avianto, S. M. Rahayu, and B. Kaniskha, “Analisa Peranan E-Filing Dalam Rangka Meningkatkan Kepatuhan Pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan),” *J. Perpajak.*, vol. 9, no. 1x, 2016.
- [41] I. H. Nurfadilah, F. D. Pertiwi, and T. N. Prastia, “Gambaran Pernikahan Dini Pada Pus (Pasangan Usia Subur) Di Kelurahan Pasir Jaya Kecamatan Bogor Barat Tahun 2019,” *Promotor*, vol. 4, no. 4, pp. 322–328, 2021.
- [42] M. Hakiki, R. Fadli, Y. I. Putra, and I. P. Pertiwi, “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Berbasis Sekolah SMA Negeri 1 Muara Bungo,” *J. Muara Pendidik.*, vol. 6, no. 1, pp. 50–57, 2021.
- [43] M. Marsevani, S. Dewi, C. Tan, A. M. D. Handayani, E. Enjelica, and W. Wiranata, “Penerapan Strategi Promosi Pada Vegetariano Sushi Dengan Memanfaatkan Media Sosial,” in *National Conference for Community Service*

Project (NaCosPro), 2021, vol. 3, no. 1, pp. 815–821.

- [44] Y. Asri, I. Ismunandar, and W. Istiandini, “EKSISTENSI TARI JEPIN TALI BINTANG DI KOTA PONTIANAK KALIMANTAN BARAT,” *J. Pendidik. dan Pembelajaran Khatulistiwa*, vol. 10, no. 10.
- [45] A. Anggito and J. Setiawan, *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- [46] V. Nurafifah, “PARTISIPASI ORANG TUA DALAM PEMBENTUKAN SIKAP DISIPLIN PESERTA DIDIK DI MI NEGERI 03 BREBES TAHUN PELAJARAN 2019/2020.” Universitas Peradaban, 2019.
- [47] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.