

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. G. Shabrina, “Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen,” *J. Pewarta Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 131–141, 2019, doi: 10.25008/jpi.v1i2.16.
- [2] R. Shelawati, “Strategi Pemasaran Produk Underwear Dengan Analisis SWOT di CV. Agung Jaya,” *Ekon. dan Bisnis*, pp. 1–14, 2019.
- [3] E. G. Permata, M. Rizki, P. Papilo, S. Silvia, and A. M. Zain, “Analisa Strategi Pemasaran Dengan Metode BCG (Boston Consulting Group) dan Swot,” *J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 17, no. 2, p. 92, 2020, doi: 10.24014/sitekin.v17i2.12329.
- [4] N. S. D. Chairy, “Strategi Pemasaran Pt. Huawei Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar,” *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 3, no. 1, pp. 74–81, 2019, doi: 10.24912/jmbk.v3i1.4928.
- [5] A. B. P. Sumarsid, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *J. Ilm. M-Progress*, vol. 12, no. 1, pp. 70–83, 2022, doi: 10.35968/m-pu.v12i1.867.
- [6] Ahmad Nurhadi, *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Yogyakarta: Yayasan Sahabat Rafflesia, 2023.
- [7] A. MAS’ARI, M. I. Hamdy, and M. D. Safira, “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau,” *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 5,

no. 2, p. 79, 2020, doi: 10.24014/jti.v5i2.8997.

- [8] S. Pamela, “Analisis Marketing Mix Dalam Creation Brand Kuliner Milenial (Studi Kasus Lokal Coffee Di Kota Metro),” *Skripsi*, 2020.
- [9] T. . S. Ningsih, “Analisis kualitas Produk (Usaha Mikro Pembuatan Tahu Di Jalan Purnama desa Pandau jaya kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar),” pp. 1–83, 2021.
- [10] D. S. Wulandari and Hamdan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan,” *Literasi J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 2, no. 1, pp. 183–191, 2020.
- [11] M. D. Fadhilah, “Analisis Pengaruh Product, Price, Place, dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Herba Penawar Alwahida Indonesia (Hpai)),” *J. Ilm.*, pp. 1–23, 2021.
- [12] H. Hasanah, “Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Kerajinan Alat Dapur Di Desa Kalibaruwetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi,” 2019.
- [13] E. Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- [14] Y. I. Abi, “Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu,” *Manag. Insight J. Ilm. Manaj.*, vol. 15, no. 1, pp. 95–107, 2020, doi: 10.33369/insight.15.1.95-107.

- [15] A. M. I. Astuti and S. Ratnawati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100),” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 17, no. 2, pp. 58–70, 2020.
- [16] E. U. Nafi’ah and R. Suryaningsih, “Analisis SWOT Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Depot Air Minum Isi Ulang Tirto Utomo Siwalan Mlarak Ponorogo,” *Niqosiya J. Econ. Bus. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–62, 2022.
- [17] M. Samsudin and M. Waluyo, “Analisis Strategi Promosi Produk Kopi Tarik Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Divisi Promosi Dengan Metode Swot Dan Bcg Di Pt. Xyz,” *Juminten*, vol. 2, no. 2, pp. 144–155, 2021, doi: 10.33005/juminten.v2i2.131.
- [18] Sumarsid, E. G. Asti, R. S. Pangestuti, and Y. A. T. Tartiani, *Manajemen Strategi*. Bogor: Penerbit Mitra Wacana Media, 2023.
- [19] K. Maristia, “Analisis Matriks Bcg (Boston Consulting Group) Dalam Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar Pada Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Pada Pt. Samsung Elektronik Indonesia Tahun 2019),” *J. Ekon.*, vol. 11, no. 2, pp. 28–45, 2020, doi: 10.35334/jek.v11i2.1436.
- [20] V. Meilyta and L. Suryani, “Kualitas pelayanan publik pada kantor desa puain kanan kecamatan tanta kabupaten tabalong,” *Japb*, vol. 4, no. 1, pp. 1861–1869, 2021.
- [21] I. Gunawan and A. Andayani, “PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA FKIP

TERHADAP MINAT MENJADI GURU,” *Prog. J. Pendidikan, Akunt. danKeuang.*, 2022, doi: 10.47080/progress.v5i1.1464.

- [22] S. W. Setiyana, Yusi, “(Rangkuti, 2018,” *PENGARUH KUALITAS PRODUK, EKUITAS MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN Prod. HONDA VARIO (Studi Pada Deal. C. Jaya Kota Rembang)*,2019.