

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, E. Y. & Irviani, R., (2017). Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.
- Apriliani, S. (2019). Analisis Startegi Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Perumahan Green Serpong Bintaro. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 69-78. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3619>
- Astuti, P. (2022). Strategi Kepemimpinan Kepala Bidang Pendidikan Diniyah Dan Pondok Pesantren (Pontren) Dalam Meningkatkan Loyalitas Dan Kinerja Pegawai Di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Danang Sunyoto. (2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Dima, N., Uyun, N., & Dwiridotjahjono, J. (n.d.). (2022). Strategi Promosi Melalui "Media Sosial Instagram" Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 356-365. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Endarwita, E. (2021). Strategi Pengembangan objek Wisata Linjuang melalui Pendekatan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 641–652. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.2133>
- Firmansyah, M.A., & Didin, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hamzah, R. E., Rialdo, Manogari, R., Riska, , & Shabrina, P. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen 1*). In *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 1(1), 50-59.
- Harlan, F. B., Wirawan, A., & Maulida, N. A. (2021). Analisis Swot Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setokok (Studi Kasus Komoditas Semangka). *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 69–80. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.69-80>
- Henry, Simamora. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. *STIE : YKPN Yogyakarta*.
- Hurriyati, R. (2019). Bauran pemasaran dan konsumen. Bandung: ALFABETA
- Indrasari, Reni . (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt. Bandaraya Motor Cabang Perintis. *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Kotler, P & Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P & Amstrong. (2019) Prinsip-Prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta.

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Marniatun, M., Rosida, L., & Azizurrohman, M. (2022). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kampung Sasak Ende. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i1.1894>
- Melati, A., Sibuea, E. B., & Kando, L. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Mempertahankan Tingkat Loyalitas Pelanggan Pada Toko Marmel Florist Medan*. In *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 76-83.
- Nasution et.al. (2017). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen Volume 1, Nomor 1*. 1-12. DOI: 10.5281/zenodo.1012560.
- Nirawati,L & Lukitasari. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 190-200.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Nugroho, R., & Mujanah, S. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan loyalitas Pelanggan. In *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(3), 168-172.
- Panjaitan, Roymon. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Putri, A. E. (2019). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dalam Pengembangan Produk-Produk Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah Cabang Bengkulu). *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>
- Ramaputra, M. A. (n.d.). (2021). Melalui Media Sosial Instagram Creative Strategy Analysis Of Foodies Business Promotion Content On Instagram Social Media. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 16–35.
- Rangkuti, Freedy. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freedy. (2018). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama .

- Rusmawati, D. (2017). Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan penjualan pada Ud.Surya Gemilang Motor Di Surabaya [skripsi]. Fakultas Ekonomi: Universitas Islam Lamongan.
- Siregar, D.A. (2018). Strategi Pemasaran Tabungan IB Muamalat Haji dan Umrah di PT. Bank Muamalat Capem Serdang Medan, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Suciana, D. A., & Syahputra, E. (2023). *Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid*. 2(2), 95–115. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1058>
- Sugiyono . (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. . Bandung : CV Sunyoto Danang. 2018. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus) Edisi Ketiga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* . Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus. CAP
- Swastha, B. & Irawan, (2017). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa, Alfabeta, Bandung.
- Syariah, E. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (*Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung*). S
- Tasari, N., & Redyanita, H. (2021). Strategi Optimasi Toko, Iklan Push, Optimasi Produk Dan Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Di Shopee (Studi Kasus Pada Toko Roemah Aisyah). *Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 96–105. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i2.4343>
- Wijaya, H. (2019). Analisis Data Kualitatif. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yulianti. (2019). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung) . *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.