

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, M., Imam, S., & Nuriyah, D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, *Customer Relationship Marketing*, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 743–755.
- Aldila, K., Rifda Naufalin, L., Indrayanto, A., Sukoco, H., Jenderal Soedirman, U., & Nahdlatul Ulama Purwokerto, U. (2022). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1063–1073.
- Andra, P., & Kheyene, M. (2024). Penggunaan Media Instagram Kopi Janji Jiwa Samarinda Dalam Meningkatkan *Customer Engagement*. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 202–220.
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 10(1), 26.
- Desy, D., & Ruslianor, M. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4p Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (Jiei)*, 6(3), 693–702.
- Diana, N., Agus, H., & Eko, C. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Dan Penelitian Manajemen Informatika*, 12(2), 2543–2550.
- Dinda, S., & Reni, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Efendy, L., Lapian, S., Soepeno, D., Efendy, L. A., Joyce Lapian, S., Soepeno, D., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen, J. (2022). Analisis Swot Dalam

- Menentukan Strategi Pemasaran Pada Nomad *Coffee Shop*. *Jurnal EMBA*, 10(2), 135–143.
- Eka, K., & Rogi, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Jurnal Valuta*, 2(2), 286–303.
- Erika Anjani Widianti, & Lia Nirawati. (2024). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya Peningkatan Omzet Penjualan: Studi pada *Coffee Shop* Kateko Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 5061–5076.
- Firmansyah Purnama, A., Andarini, S., Bisnis, A., & Timur, J. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis Swot Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Sparepart Mobil “JK Motor.” *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4397–4406.
- Gita, S., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen (Ebismen)*, 1(3), 24–31.
- Hayatun, N., & Trisna, H. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Tn Official Store). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (Emt)*, 6(1), 21–34.
- Henky, H. (2021). Analisa Swot Dan Stp (*Segmentasi, Tertarget, Posisi*) Terhadap Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138.
- Iqbaal, T. (2024). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Bisnis Islam: Studi Pada Umkm Kecamatan Medan Tembung. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(7), 4005–4017.

- Jurista, K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow di Kota Tomohon. *Jurnal Emba*, 8(4), 11–20.
- Kistari, F. A., & Marlina, N. (2022). Analisis SWOT sebagai Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Sentra UKM Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 338–347.
- Marta Juandi. (2021). “Strategi Pemasaran Digital Melalui Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Buket Di Kelurahan Tuah Karya Menurut Ekonomi Syariah.” *Skripsi*, 1–98.
- Mukhammad, I., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal Of Economic Education and Entrepreneurship Study (Je3s)*, 1(1), 39–46.
- Naufal, A., & Ira, D. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Lensolar Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Instagram. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8979–8988.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (27th Ed.). Alfabeta.
- Ramadhan, R. T., & Bara Kusuma, Y. (2023). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Peningkatan Volume Penjualan (Studi Pada Harapan Jaya Screen Printing Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.
- Riski, P., & Intan, R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Umkm Yjs Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani (Mudima)*, 2(9), 3610–3617.

- Sandy, A., & Mega, P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi Di Masa Pandemi. *Journal Of Research on Business and Tourism*, 1(1), 37–46.
- Sasmita. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Iain Palopo. *SKRIPSI*, Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Slamet Riyanto. (2021). Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi (1st ed.). Bintang Pustaka Madani.
- Sri, R. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Kingled Indonesia. *Seminar Nasional Sosial Humaniora Dan Tekhnologi 2024*, 351–358.
- Vania Regita Lailia, & Acep Samsudin. (2024). Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Bitween Coffee Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4452–4469.
- Winarto, A. J. (2021). Analisis Swot sebagai Strategi dalam Membantu Perekonomian UMKM Jasa Konveksi @anfcreative.id Di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1), 74.