

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwitri, Y., Putri, L. T., & Diantara, L. (2020). Analisis pengaruh promosi melalui media sosial terhadap penjualan pada Klinik Selera di Bangkinang Kota. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*.
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Amaliyah, Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., Utami, R. D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana, Norhidayati, & Egim, A. S. (2022). *DIGITAL MARKETING (TINJAUAN KONSEPTUAL)* (R. Wujarson, Ed.; 1st ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. [www.globaleksekuatifteknologi.co.id](http://www.globaleksekuatifteknologi.co.id)
- Azahra, A., & Wulandari, S. (2019). ANALYSIS OF CORPORATE STRATEGY MANAGEMENT AT PT. ADIRA FINANCE Analisis Manajemen Strategi Perusahaan Pada PT. ADIRA FINANCE. *Research In Accounting Journal*, 2(1), 62–68. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj>
- Budio, S. (2019). STRATEGI MANAJEMEN SEKOLAH. *Jurnal Menata*, 2(2), 56–72.
- Forijati, F., & Ridwan, R. (2020). Analisis Marketing Mix dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli Ayam Geprek Mbok Moro Kota Kediri. *Efektor*, 7(1), 49-58. <https://doi.org/10.29407/e.v7i1.14379>
- Frans, S., & Narundana, V. T. (2022). STRATEGI PEMASARAN ROBUSTA COFFEE BUNGA DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1109– 1120. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.132>

- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori, dan Implementasi*. PASCAL BOOKS.
- Kurniawan, E. P., & Irwansyah. (2022). Strategi pemasaran pada media sosial melalui iklan instagram. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut : Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 8(2), 1–16.
- Lestari, D., Masruchin, & Nur Latifah, F. (2022). IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA UMKM FRANCHISE PENTOL KABUL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(1), 216–229.
- Lestari, D. F., Purbowo, & Fadhli, K. (2022). Strategi pengembangan wisata kuliner pada Jombang Kuliner. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(2), 5047–5054.
- Lestari, N. I., & Ramadani, M. (2022). STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM MELALUI IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* (STUDI KASUS UMKM DI SERANG, BANTEN). *Jurnal KUAT*, 4(2), 79–85.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112.  
<https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jps>
- Mayang, A., Astuti, I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Nabilla, A. N., & Tuasela, A. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM

- UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA DIVA KARAOKE  
RUMAH BERNYANYI DI KOTA TIMIKA. *JURNAL KRITIS*, 5(2), 21-40.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN Pendekatan Praktis dengan Teori - Teori Para Ahli* (Edisi Revisi). PT. Atalya Rileni Sudeco.
- Nugroho, R. F., Andesta, D., & Widyaningrum, D. (2021). USULAN STRATEGI PEMASARAN UKM SARUNG TENUN DI UD.RIDHO SALSA DENGAN METODE SWOT DAN STP (Segmentation, Targeting, Positioning). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 1(2), 216–225.
- Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). IMPLEMENTASI STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN OMSET DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT PERSPEKTIF *MARKETING SYARIAH* PADA TOKO FIHADAESSIE SURABAYA. *JESYA Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 881–898.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1018>
- Rachmawaty, A., & Sahi, A. (2022). Implementasi Strategi Marketing Melalui Iklan Berbayar pada *Marketplace* untuk Meningkatkan Penjualan di KAREEMA\_OFFICIAL. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 37-47.
- Rahman, L. K. (2022). Tinjauan Pemasaran Facebook Ads di PT. Bintang Niaga Jaya Cibinong. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 227–236.
- Saleh, Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV. SAH MEDIA.
- Saparso. (2021). *Marketing Process Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan* (Wurdianto, Ed.). Ukrida Press.

- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar DIGITAL MARKETING* (T. M. Multazam & M. D. K. W., Eds.; 1st ed.). UMSIDA PRESS.
- Septiningrum, L. D. (2021). MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN FOOD AND BEVERAGEDI ERA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM RATULANGI*, 8(1), 32–49.
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir : Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57-66.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing* (N. A. Fransiska, Ed.; 1st ed.). Edulitera.
- Widayanto, M. T. (2020). Analisis Implementasi Manajemen Strategik dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Usaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(2), 173–182. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1000>.