

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, W. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Ojek Online dan Ojek Konvensional di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 14–18.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., Widowati, I., Agribisnis, P. S., & Pertanian, F. (2019). Diterima tanggal : 20 Januari 2019 ; Disetujui tanggal : 21 April 2019. 20(1), 26–38.
- Arvianto, S. (2020). Pengembangan Media Smart Board Mathematics Pada Mata Pelajaran Matematika Materi KPK dan FPB di Kelas V.
- Christine., Budiawan, W. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo , Semarang).
- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produs Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di PT Arthanindo Cemerlang. 1.
- Cahyani, I. A., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Media Sosial Marketing Pada Instagram @Herbalhayatii Tahun 2022. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 7(4), 363–369.
- Cimenyan, K. E. C., & Raphael, Z. (2023). 3 1,2,3. 17(1978), 1377–1388.
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i1.13045>
- Halawa, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Kasus pada Dasom Beauty & Me Nail Surabaya). 1, 58–65. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v1i2.143>
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In Pascal Books. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hardianto, M., R, A. Z., & Jasma, S. (2021). *Journal of Lifelong Learning Manajemen Pemberdayaan Bidang Ekonomi di Masjid Baitul Atieq*. 4(2).
- Hikmah, A., & Riptiono, S. (2020). Pengaruh Customer Engagement dan E-Service Quality Terhadap Online Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, & Akuntansi*, 20(1).

- Hodijah, C., et al. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Kulit Sapi "Citra Sari" Di Desa Cibural Kec. Cimenyan. *Jurnal System* ISSN No. 1978-3787.
- Karina, M., et al. (2022). Fenomena Viral dan Komunikasi Electronic Word Of Jimeal Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi), 6(3), 924–942.
- Liani, F. A., & Putra, I. S. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Brand Awereness Dan Citra Positif PT. Telkom. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains*, 1(1), 1–10.
- Martani, & Grace Yohana Ngantung. (2024). Strategi Pemasaran Indibiz Jakarta Timur Melalui Media Sosial Di Pt. Telkom Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 10–18. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1570>
- Mashuri., & Nurjannah, D. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Perbankan Syariah*. Vol. 1(1):97-112.
- Maulana, A. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Pedagang Pakaian Jadi Di Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. 9(5), 2301–2309.
- Mulyana, M., & Matusin, I. O. (2023). Antecedent Purchase Intention: Hubungan Financial Value, Functional Value, Individual Value, Social Value, dan Customer Engagement dengan Niat Meningkatkan Purchase Intention Zara di Jakarta. *Trijurnal*.
- Noorcahyo, D., & Ali, H. (2024). Analisis SWOT IFAS, EFAS dan SPACE Matriks dalam Memperkuat Keunggulan Produk Sepatu Lokal di Era Digital pada Toko XYZ. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Nusantara*. 3(1), 33- 34.
- Nurdewi. (2022). Implementasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangsa Melayani di Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 297– 303.
- Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi. 1(1), 97–112.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. 10(1), 21–24.
- Pratama, A, W., 2024. (2024). Strategi Promosi Media Sosial Instagram dan Personal Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Yogyakarta Unint Home Service. 20311386.
- Purba,N, et al. (2021). *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*. 9(2), 91–98.

- Purnomo Aji, B., Widiyani Roosinda, F., & Ekantoro, J. (2022). Implementasi Konten Kreatif @Maharagung. Organizer Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 9(1), 24–31. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i1.66>
- Purnama, D., & Santoso, R. (2021). Analisis SWOT dan Matriks SPACE untuk Menentukan Strategi Bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen Strategik*, 7(1), 77-90.
- Putra, D. A., Oktasari, E., Lestari, M., & Rahman, A. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Roti Al-Batsit Melalui Media Sosial (Studi Kasus Al-Batsit Bakery Di jalan Merawan , Sawah Lebar , Kota Bengkulu). 1(2), 189–192.
- Putra, I. S., Erlinda. (2023). Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Indibiz di PT. Telkom Indonesia....Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains,1(1),299–306. <https://prosiding.seminars.id/prosainteks/article/view/81>
- Rachmadi, M. F. (2020). Analisis Optimalisasi Teknologi Digital di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Mengembangkan Kawasan Industri Pariwisata Halal guna Meningkatkan Perekonomian Lokal Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *Jurnal Dinamika*, Vol. 1 (1), 5-12.
- Raharja, J., & Natari, S. U. (2021). Optimalisasi Penggunaan dan Pengelolaan Media Digital. 4(1).
- Rangkuti, Freddy. 2019. Analisis SWOT : Teknik membedah Kasus Bisnis (cara perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan kedua puluh Lima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sagaf, U., & Surianah, S. (2021). Analisis Jual Beli Paket Data Internet dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Rasanae Barat Kota Bima. *J-Esa (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(2), 171–190. <https://doi.org/10.52266/jesa.v4i2.754>
- Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom STO Dago Tahun 2021. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(4), 535–548. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital->
- Sari, A. I., & Adhitya, W. R. (2024). Penerapan Sistem Manajemen K3 , Beban Kerja dan Gaya Kepemimpinan Transaksional terhadap Kualitas Kinerja Karyawan Kontruksi Pada PT . Deco Kreasindo Utama di Podomoro City Deli Medan (PCDM). 7, 354–360.

- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. 9, 2721–2731.
- Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Pemasangan Iklan Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Internasional*, 2(1), 215–225.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Suriono, Z., Islam, U., & Sumatera, N. (2021). *ALACRITY : Journal Of Education*. 1(20), 94–103.
- Syarifah, T., Maftukhah, W. L., & Ardina, Z. (2024). Analisis SWOT terhadap Penerapan Marketing Mix 7P dalam Peningkatan Penjualan PT . Hanin Wisata Semesta. 6(1), 37–55.
- Uddin, S. (2022). *Persaingan usaha*. March.
- Waruwu, M., Pendidikan, M. A., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). 7, 2896– 2910.
- Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. (2023). Kajian Literatur Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis. 3(1), 37–47.
- Yulianingsih, S., & Mulyadi, D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Indihome PT Telekomunikasi Selular Branch Karawang - Purwakarta Madani : *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Madani : *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 365–373.
- Zulfirman, R. (2022). *Jurnal Penelitian , Pendidikan dan Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam. Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(2), 147– 153.