

DAFTAR PUSTAKA

- Brunelli, M. (2015). *Introduction to the Analytic Hierarchy Process*. Finland.
- D. C., & P. S. (2017). *DIGITAL MARKETING EXCELLENCE Planning, Optimizing and Integration Online Marketing*. Routledge.
- David, F. (2009). *Konsep Manajemen Strategi 12th Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. D. (2017). *Strategic Management. A Competitive Advantage Approach, Concepts*. pearson.
- David, F. R. (2012). *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dian citra sari, A. W. (2021). *Manajemen pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Febrianti, O. V. (2014). *Usulan Alternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. *Economics*, 1-8.
- GÜRBÜZ, T. (2013). A Modified Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix Method. *IMECS*.
- Haryanto. (2022, Januari 8). *Industryoid*. From Proyek Lotte Chemical di Cilegon Bakal Serap Tenaga Kerja Hingga 15.000 di Masa Konstruksi dan 1.300 Saat Beroperasi: <https://www.industry.co.id/read/100464/proyek-lotte-chemical-di-cilegon-bakal-serap-tenaga-kerja-hingga-15000-di-masa-konstruksi-dan-1300-saat-beroperasi>
- Husni, M. R., Mifath, E. F., Nurafrina, S., Roro, R. A., & Rahmat, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan: Personal.
- IRIKEFE, P. O. (2021). Effect of Objectives and Key Results (OKR) on Organisational Performance in the Hospitality Industry. *International Journal of Research Publications*.
- Keller, K. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2021, Agustus 7). *Siaran Pers*. From Pasok Kebutuhan Pangan Selama Pandemi, Kontribusi Industri Mamin Meroket: <https://kemenperin.go.id/artikel/22682/Pasok-Kebutuhan-Pangan-Selama-Pandemi,-Kontribusi-Industri-Mamin-Meroket%20%20%20>

- Konflik Rusia-Ukraina Berlanjut, ICP Maret 2022 Terkerek Lagi Jadi US\$113,50 per Barel.* (2022, April 06). From <https://migas.esdm.go.id/post/read/konflik-rusia-ukraina-berlanjut-icp-maret-2022-terkerek-lagi-jadi-us-113-50-per-barel>
- Kotler, & A. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Singapore: Pearson Education Asia Limited.
- Kotler, P. A. (2018). *Kotler & Armstrong, Principles of Marketing*. Pearson, Pearson.
- Lidwina, A. (2021, April 6). <https://databoks.katadata.co.id/>. From Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Malhotra, N, K, Nunan, D, Briks, & D.F. (2017). *Marketing Research an Applied* .
- Mubarok, A. R. (2022, Mei Selasa). *Kementrian Keuangan Indonesia*. From Sudah Efektifkah PPN 11 Persen?: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-manado/baca-artikel/15047/Sudah-Efektifkah-PPN-11-Persen.html#:~:text=Penerapan%20Tarif%20PPN,12%20persen%20di%20tahun%202025>.
- Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *JURNAL ILMIAH FIFO*.
- Nilasari, S. (2014). *Manajemen strategi*. Jakarta Timur: Dunia Cerdas.
- Niven, P. R. (2017). *Objectives and key results: Driving focus, alignment, and engagement with OKRs*. New jersey: John Wiley & Sons.
- Paul, W. F., & Et, A. (2010). *Marketing Metrics 2nd Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Porter, M. (1980). *Company Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitor*. New York: Warner Books.
- Prasetyo, Y. W., E. Y., & Sunarti. (2016). PERUMUSAN STRATEGI BISNIS PERUSAHAAN MENGGUNAKAN MATRIKS BOSTON CONSULTING GROUP (BCG) DAN MATRIKS TOWS-K. *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Prayudi, I., Wisnubroto, P., & Susetyo, J. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EVA BOUTIQUE DENGAN METODE SWOT DAN QSPM. *Jurnal Rekavansi*.
- Purwanto, I. (2008). *Manajemen Strategi*. Bandung: CV. Ryama Widya.
- Rabbani, B. (2015). *Strategi Pengembangan Pemasaran pada Asosiasi Pengelola dan Pemberdayaan Sanitasi (APPSANI)*. Surabaya: Institut .
- Raisiene, A. G., & Raišys, S. J. (2016, august). *Simonas Juozapas Raišys*. From WHAT IS THE APPROPRIATE SAMPLE SIZE TO RUN ANALYTIC HIERARCHY PROCESS IN A SURVEY-BASED RESEARCH?: https://www.researchgate.net/publication/327735938_WHAT_IS_THE_APPROPRIATE_SAMPLE_SIZE_TO_RUN_ANALYTIC_HIERARCHY_PROCESS_IN_A_SURVEY-BASED_RESEARCH
- Rakunti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkunti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process Planning, Priority Setting, Resource Allocation*. United States of America.
- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Zifatama Publisher.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tanjung, S., Hanafi, & Kubtiyah, M. (2021). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI TOKO UD. MAYA GUNUNGT TUA KECAMATAN PADANG BOLAK KABUPATEN PADANG LAWAS UTARA.
- Wahyudi, R., & Purnomo. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM PADA PT. SENTRAL PERKASA JAYA. *Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE)*.