

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- BAPPENAS. (2020). *Peran Pemerintah Daerah untuk Dorong Reformasi Sistem Kesehatan Nasional*. Bappenas.Go.Id. <https://www.bappenas.go.id/id/berita/peran-pemerintah-daerah-untuk-dorong-reformasi-sistem-kesehatan-nasional-NwtTU>
- BPS. (2023). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- Chafey, D & Smith, P.R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Taylor & Francis.
- David, F. D. (2017). *Strategic Management. A Competitive Advantage Approach, Concepts*. pearson.
- Dewi, I. R. (2022). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2022). *Data UMKM Binaan*. Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/statistik/detail-sub/16>
- Firdhausya, N., Wulandari, S., Boby, D., Sagita, H., Fakultas, T. I., & Industri, R. (2020). *Perancangan Perbaikan Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Langit Musik Menggunakan Metode Benchmarking dan Tool Analytica*. In Agustus (Vol. 13, Issue 2).
- Kotler, & A. (2012). *Principles of marketing: an Asian perspective*. Singapore: Pearson Education Asia Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., 2018. *Kotler & Armstrong, Principles of Marketing* | Pearson, Pearson
- Kotler. P.,&Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran Jilid 1*. In Jakarta.
- Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra, H. (2019). *Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi*. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 11(1), 52. <https://doi.org/10.22441/fifo.2019.v10i1.006>
- Noviana, F. D. (2020). *Strategi Marketing Komunikasi Forum Komik Bandung dalam Membangun Brand Awareness*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(2), 73-78.
- Purwanto.I. (2008). *Manajemen Strategi*. CV .Yrama Widya, Bandung.
- Rangkuti, F. (2012). *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.

- Rangkuti, F. D. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, M. I. H., & Nugraha, N. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus: Penentuan Internet Service Provider di Lingkungan Jaringan Rumah). *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 25(3), 199–212. <https://doi.org/10.35760/tr.2020.v25i3.3422>
- Sari, O. M., Adrianto, N., Hia, A., & Nurhemah, N. (2022). Efektivitas Loyalty Program Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Epson di Jakarta. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 2(2), 255–261.
- Setyorini, H. & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno-Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sukoco, S. A. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK LERANG (LELE LADRANG) KHAS SRUNI. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 1(1).
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S. & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.