

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, F. N. (2023). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT DAN QSPM ( STUDI KASUS PADA BOJANA EVENT ORGANIZER )*. Universitas Telkom.
- Annur, C. M. (2023). *E-commerce, Sektor Penyumbang Ekonomi Digital Terbesar Indonesia pada 2023*. Databoks.Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/06/e-commerce-sektor-penyumbang-ekonomi-digital-terbesar-indonesia-pada-2023#:~:text=Tercatat%2C nilai transaksi bruto atau,US%2482 miliar tahun ini>.
- Ardiansyah, R., Haifa, & Masfufah, H. (2021). Marketing Strategy Analysis using Swot (Strength Weakness Opportunity Threat) at Cafe Fox Coffee & Roastery Jember. *ABM: International Journal of Administration, Business and Management*, 3(2), 54–69.
- Dinas Koperasi dan Usaha Kecil. (2023). *Proyeksi Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Open Data Jabar. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/proyeksi-jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Direktorat Statistik Keuangan, TI, dan P. (2023). *Statistik eCommerce 2022/2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>
- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., YulianI, Mohdari, H., Dwita, F., Bachtiar, N. K., Lidiana, Sedyoningsih, Y., Abdurohim, Ardyan, E. E., Marlinah, L., Gazali, H., & Rachman, S. (2022). *DASAR-DASAR PEMASARAN* (Y. Umaya (ed.); 1st ed., Vol. 1). AHLIMEDIA PRESS. [www.ahlimediapress.com](http://www.ahlimediapress.com)
- Fachriyan, H. A., Jamhari, Irham, & Waluyati, L. R. (2021). Perubahan Traditional Marketing Mix (4P) di dalam E-Marketplace dan Dampaknya pada Keunggulan Posisional Bersaing UMKM Pangan. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 2021. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i2.5562>
- Firdayanti, I. D., & Andarini, S. (2023). Strategi Bauran Pemasaran dengan Analisis SWOT pada Kedai Cokelat Klasik. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1597–1604. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1811>
- Fitriasti, N. A., & Kumalasari, R. A. D. (2023). E-Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Pembelian Generasi Millennial di Online Store Sociolla. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(2).
- Fitriwati, Makkarenu, & Syahid, M. (2023). Development of strategic plan for palm sugar agro-industry using SWOT analysis and business model canvas: Case study

in Lombo Village, Sidrap District. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1230(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1230/1/012002>

Hidayatulloh, C., Panggabean, H. L., & Noviaty, E. (2021). Analisis Strategi Bisnis Usaha Kuliner Catering (Studi Kasus Pada Shinta Catering Depok). *Kompleksitas: Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(1), 79–93. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no01.229>

Jannah, M., & Firdaus, M. R. (2022). SWOT Analysis in Determining Marketing Strategy at PT. Sejahtera Wahana Gemilang (Chitose Surabaya). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(6), 836–844. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1319>

Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). PENGARUH TAMPILAN WEB DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI INTERVENING VARIABLE PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.

Julianda, A. (2021). *STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS PADA SUKAHATI CAFE DI CIBINONG, KABUPATEN BOGOR)*. Universitas Telkom.

K, A. N., & Susanti, E. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna pada Aplikasi Halodoc di Masa Pandemi. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1663–1673. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1876>

Kotler et al. (2022). Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (16th ed.).

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson Practice Hall* (Global Edi).

KumparanBisnis. (2023). *E-Commerce Tak Ditutup, Mendag Zulhas Dorong Pedagang Belajar Jualan Online*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/e-commerce-tak-ditutup-mendag-zulhas-dorong-pedagang-belajar-jualan-online-21ONc5jFJMo/full>

Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Subagyo, A., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta* (1st ed.). Alfabeta.

Latifah, N., & Hidayah, N. (2023). Analysis of marketing strategies to maximize product sales at “Won.dis Cokelat.” *Journal of Halal Science and Research*, 4(2), 88–98. <https://doi.org/10.12928/jhsr.v4i2.7247>

Masdin, A. A. (n.d.). Perancangan Strategi Bauran Pemasaran 4P Menggunakan Metode SWOT dan Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix ( QSPM ) Pada Little Step Shoes Clean. Universitas Telkom.

- Maskur, F. (2022). *MENCERMATI PERUBAHAN PERILAKU BELANJA ONLINE PASCAPANDEMI*. Bisnis Indonesia. <https://bisnisindonesia.id/article/mencermati-perubahan-perilaku-belanja-online-pascapandemi>
- Mulyandi, M. R., & Sani, E. P. (2020). Pengaruh E Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E Commerce Di Indonesia). *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 3(1), 41–49.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press* (1st ed.). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Nurfahira, B. (2023). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Nasi Jagal Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Universitas Telkom.
- Pemprov Jabar. (2023, November). *Proyeksi Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Ekonomi.
- Poniwatie, A., Noviandri, I., Kusumo, R. B., & Pratama, D. J. (2022). Swot Analysis in Improving Marketing Strategies in Circle K. *IJEBAR (International Journal of Ecomics, Business and Accounting Research)*, 6(1), 648–657.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–240. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Putri Himmatul Karimah, B., & Priharsari, D. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 6(3), 1298–1305. <http://j-ptiik.ub.ac.i>
- Putriyhnastuti, A. W. (2021). EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Rahayu, S., Irvan, P. A., Anggraini, S., Wulandari, R., & Evanita, S. (2021). Kajian Tentang Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan di Anne Kamper's Pariaman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2652–2660. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1274/1127>
- Sadya, S. (2023). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>

- Said, R. (2021). Bauran Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Konsumen Membeli. *Jurnal Ilmiah Bongaya*, 5(2).
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner - Google Books. In *Pilar Nusantara* (1st ed.). Pilar Nusantara.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-COMMERCE DORONG PEREKONOMIAN INDONESIA, SELAMA PANDEMI COVID 19 SEBAGAI ENTREPRENEUR MODERN DAN PENGARUHNYA TERHADAP BISNIS OFFLINE. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (JUMANIS) PRODI KEWIRAUSAHAAN*, 2(2). <https://doi.org/10.47080>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Susilowati, H., Ratnaningrum, Andriana, M., Hargyatni, T., & Sholihah, E. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital* (D. Widyaningsih (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Tambayong, J. D., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2021). ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX (4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN AYAM PENYET SUGI RASA KHAS CIREBON MANADO. *131 Jurnal EMBA*, 9(3), 131–140.
- Tiara Puspa, Muhamad Akram, A., Andjani Putri Ramadhini, Ananda Hanna Sajidah Mukti, & Ferren Noor Annisa. (2023). Analisis Strategi Bisnis Pt. Raja Cita Karya Di Bisnis Distributor Besi, Baja Ringan, Dan Beton. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 705–714. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15509>
- Wardaya, A. (2023). *DASAR FORMULASI STRATEGI BISNIS CURUG CILAYANG KABUPATEN BANDUNG BARAT TAHUN 2023*. Universitas Telkom.
- Yoshio, A. (2023). *Masyarakat Pakai Internet untuk Media Sosial dan Pesan Singkat*. Databoks.Katadata.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/21/masyarakat-pakai-internet-untuk-media-sosial-dan-pesan-singkat>