

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes Hari Edy Wibowo¹, R. H. (2022). *ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ALFA HIDROFARM DI DESA CIAWI KECAMATAN CIAWI KABUPATEN TASIKMALAYA*. 9(2), 1–23.
- Azmi Fadhillah, D., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17–22. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>
- Christina Papadopoulou, Aristeidis Theotokis, M. H. (2023). Managerial mindset effects on international marketing strategy adaptation decisions. *Industrial Marketing Management*, 115(August 2022), 266–280. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.09.014>
- Dila Meliana, H. T. (2025). *PENGARUH SKALA USAHA, PENGETAHUAN AKUNTANSI, DAN PELATIHAN AKUNTANSI TERHADAP PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI DI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KOTA MADIUN*. 3(1), 300–315. www.ajas.uoanbar.edu.iq
- Eisenhauer, B., Freeman, B., & Grunseit, A. C. (2022). Instabrand courtside: a content analysis of marketing strategies by food and beverage brands during the 2021 Australian Open tennis tournament. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 46(6), 910–916. <https://doi.org/10.1111/1753-6405.13308>
- Halim, W., & Marpaung, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sinar Wahana Wisata Tour & Travel. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(2), 391–403. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i2.394>
- Hassen MEHREZ, K., KHEMIRA, H., & Mohammed MEDABESH, A. (2023). Marketing strategies for value chain development: Case of Khawlani coffee-Jazan Region, Saudi Arabia. *Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences*, 22(7), 449–460. <https://doi.org/10.1016/j.jssas.2023.04.004>
- Indriarti, R., & Rachmawati Chaidir, N. (2021). Penerapan Quantitative Strategic

- Planning Matrix (Qpsm) Untuk Merumuskan Strategi Bisnis. *Jurnal MANAJERIAL*, 20(1), 159–170.
<https://doi.org/10.17509/manajerial.v20i1.41179>
- Lailiyah, N. I. (2023). Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(3), 1055–1058. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i4.576>
- Ma, X., & Gu, X. (2024). New marketing strategy model of E-commerce enterprises in the era of digital economy. *Heliyon*, 10(8), e29038. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29038>
- Mahardika, A. G. (2020). *Diversi Jurnal Hukum*. 6(September), 196–219.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Maulana Ramdhani, A., Noor Andriana, A., & Mulawarman. (2023). Strategies For Developing Tourist Attractions At Pantai Biru Kersik In Increasing Interest In Tourist Visits Using SWOT Analysis Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis S. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6674–6687.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Melinda, Abdullah Sani, M. A. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Kendaraan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 156–175. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i2.312>
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Paula Drumond, I. P. de A. C. (2021). Strategy study to prioritize marketing criteria: An approach in the light of the DEMATEL method. *Procedia Computer Science*, 199, 448–455.

- <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.01.054>
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39–51.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.565>
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281.
<https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>
- Ramadhanty, V. D., Subriadi, A. P., & Lukitosari, V. (2024). Optimal Marketing Strategy of Private Tutoring: An Application of Game Theory. *Procedia Computer Science*, 234, 946–953.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.083>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *Dhea Nita Syafina Rambe*, 1(2), 213–223.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Ririn Anggrainia, A. M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Multiguna Sepeda Motor Khusus ASN (Aparatur Sipil Negara) di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Katamso Medan. *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 2(1), 334–346.
<https://kti.potensi-utama.org/index.php/MAIBIE/article/view/1310>
- Rudianto, A., & Rasyid, A. M. (2024). IMPLEMENTASI AKAD SYIRKAH PADA PERUSAHAAN PENYEWAAN MOBIL TRAVEL (STUDI KASUS AMAZE ASIA TOUR & TRAVEL). 1(1), 11–20.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Sidjabat, S. (2016). Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, Vol. 3 No.(2), 117–122.

- Sudartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan Umkm Di Era Digital. In *Cv Widina Media Utama*.
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- Tam, F. Y., & Lung, J. (2025). Digital marketing strategies for luxury fashion brands: A systematic literature review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100309. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100309>
- Wiyono, H. D. (2020). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha. *Jurnal USAHA*, 1(2), 19–25. <https://doi.org/10.30998/juuk.v1i2.503>
- Yaiprasert, C., & Hidayanto, A. N. (2023). AI-driven ensemble three machine learning to enhance digital marketing strategies in the food delivery business. *Intelligent Systems with Applications*, 18(April), 200235. <https://doi.org/10.1016/j.iswa.2023.200235>
- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2019). *PENGARUH PARIWISATA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA* (Vol. 23, Issue 2).
- Yunita, N., & Rosmawati, R. (2021). Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Web Pada PT Karya Mobil. *Simpatik: Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, 1(1), 53–62. <https://doi.org/10.31294/simpatik.v1i1.410>