

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, M., Sundari, S., Pakpahan, M. (2024). Pengaruh Key Performance Index Terhadap Motivasi dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Master Manajemen*, 2(1), 147-155.
- Alifah, T., Wahdiyati, D., Rahman, N. (2025). Analisis Engagement Rate pada Konten Video di Akun Tiktok Grup Idol Virtual Plave. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7(1), 1-15. <https://10.33366/jkn.v%vi%i.2>
- Alief, A., Syam, A., & Asmayanti. (2024). Efektivitas strategi pemasaran metode giveaway melalui konten kolaborasi media sosial Instagram: Studi pada usaha Kaku Food. *Pinisi Journal of Art, Humanity & Social Studies*, 4(4), 163–170.
- Arifah, L. F., Meiriza, A., Putra, P., Oktadini, N. R., Sevtyuni, P. E. (2023). Perancangan Sistem Informasi Tender Bokar Menggunakan Design Thinking. *Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*, (3)6, 1140-1152. <https://doi.org/10.30865/klik.v3i6.798>
- As-Syahri, H. (2024). Peranan influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital 5.0. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 356–362. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12783992>
- Badrum, G. A., Amani, H., Wulandari, S. (2021). Perancangan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran Aneka Kripik Fathan Mandiri Menggunakan Metode Benchmarking. *E-proceeding of Engineering*, (8)6, 12338-12345.
- Bhattacharjee, D., Dey, M. (2015). Competitive Profile Matrix: A Theoretical Review. *ABAC Journal*, (35)2, 61-70. <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/3022>
- Fatyandri, A. N., Tank, J., Junestin, J., Rahayu, P. S. S., Fahira, A., Reqha, C. A. (2023). Analysis Industry Rivalry and Competition: Analisis Persaingan Kompetitif Perusahaan E-Commerce Shope dengan Menggunakan Metode

- Porter's Five Forces. *Jurnal EK&BI*, 6(1), 101-110.
<https://doi.org/10.37600/ekbi.v6i1.804>
- Fitria, M., Pandin, A. T., Shabrina, A., Gunawan, D. F., Prianka, W. T., Gunadi, H. (2023). Penerapan Design Thinking Dalam Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Jahe Cap Maher. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.37535/104003120231>
- Hafeez, S., Munaf, K., Zahid, K., Tariq, M., Shabbir, S., & Khan, S. (2016). Think Outside the Box and Move beyond the Market Share. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 1048-1054.
- Harisudin, M. (2011). Competitive Profile Matrix Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk atau Jasa. *SEPA*, 7(2), 80-84.
<https://doi.org/10.20961/sepa.v7i2.48891>
- Herwindo, A. D., Antani, F. M., Luthfi, M. Y. (2024). Analisis Strategi Bisnis pada PT. Rempoa Indonesia Teknologi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, (4)2, 1151-1158. <https://doi.org/10.25105/v4i2.21214>
- Himawan, Arisantoso, Sarfullah, A., (2012). Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization pada Website E-Commerce.
- Himpuh. (2024, 22 April). *Indonesia Kirim 1,3 Juta Jemaah Umrah pada 2023, Paling Banyak dari Provinsi Jawa Barat*. Diakses pada 31 Oktober 2024, dari <https://himpuh.or.id/blog/detail/1486/indonesia-kirim-13-juta-jemaah-umrah-pada-2023-paling-banyak-dari-provinsi-jawa-barat>
- Ipinuwati, S., Khotimah, K., Sari, K. P. (2018). Pemilahan Cafe Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, (8)1, 29-38.
<https://doi.org/10.36448/jmsit.v8i1.1049>
- Jamaludin, U., Pribadi, R. A., dan Sarni, S. (2023). Implementasi Mode; Problem Based Learning pada Pembelajaran IPA untuk Mengembangkan

Kemampuan Berpikir Kritis Siswa. *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 9(2), 3247-3256.

Julitawaty, W., Willy, F., Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, (6)1, 43-56. <https://ejournal.pmcj.ac.id/index.php/jbk/article/view/47/26>

Kotler, P., Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (Fourteenth Edition).

Nurafiah, S. (2023). Pengaruh iklan, public relations, direct dan online marketing terhadap keputusan pembelian properti di Depok. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Portofolio*, 2(1), 75–85.

Mardiah, Febriani, R. S., Hasri, S., Sohiron. (2023). Strategi Implementasi Benchmarking dalam Meningkatkan Kinerja Kepala Sekolah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, (7)3, 30430-30437. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/download/11916/9192>

Marlina, L., Juliana, Rahmat, B. Z., Nasrullah, A. A., Ismail, S., Inomjon, Q. (2024). Indonesia's Strategy Creating Halal Tourism for Sustainable Development Goals: Analytical Network Process Approach. *Journal of Lifestyle & SDG'S Review*. 5(1), 1-33. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n01.pe03403>

Mirna, Shafrani, Y. S., Rosandi, R. Y., Prayekti, W. (2024). Efektivitas Penerapan Direct Marketing pada Penjualan Rekening Rencana Tabungan Simas Haji Bank Sinarmas Syariah KCP Purwokerta. *Jurnal Organisasi dan Manajemen Indonesia*, 3(1), 1-11.

Mutmainah, I., Yulia, I. A., Mahfudi, A. Z., Marnilin, F. (2022). Gap Analysis untuk Mengetahui Kinerja Implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 19-34.

- Nugroho, B. H., Jaqin, C. (2021). Implementation of Benchmarking Method for Higher Education Institution. *Indonesian Journal of Industrial Engineering & Management*, 2(2), 81-93.
- Nugroho, R. B. T., Praptono, B., Dellarosawati, M. (2021). Perancangan Perbaikan Komunikasi Pemasaran Pada Bisnis Getranke Menggunakan Metode Benchmarking. *E-Proceeding of Engineering*, 8(2), 2278-2285.
- Oktaviani, T. I., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh point of purchase display dan diskon terhadap pembelian tidak terencana (Studi kasus pada konsumen Indomaret Jl. Raya Dipomangolo Malang 65154 Jawa Timur). *JlAGABI*, 9(2), 416–424.
- Paulus, M., Devie. (2013). Analisa Pengaruh Penggunaan Benchmarking terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(2), 39-49.
- Permata, N. A., Kusumo, D. S., Lukmana, I. (2021). Pengaruh Penggabungan Metode Design Thinking dengan Lean Startup dalam Membangun Website Platform Pencarian Pekerjaan untuk Mahasiswa Universitas Telkom. *E-proceeding of Engineering*, 8(5), 10970.
- Prasetya, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Iklan di Produk Cetak dan Produk Online Lembaga Pers Mahasiswa Dinamika UIN SUMUT. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 31-41.
- Pranata, H., Yanto, & Risdiyanto, B. (2021). Strategi public relations dalam menjalankan program kemitraan pada PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Padang Pelawi. *Jurnal ISO*, 1(2). <https://doi.org/10.53697/iso.v1i2>
- Rahmayanti, N., Yuliaty, F. (2024). Efektivitas Strategi Pemasaran melalui Instagram dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien Lama dan Baru ke Rumah Sakit. *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 10(3), 410-419.

- Ramadhani, S., & Soenarto, I. (2023). Penerapan program employee engagement pada PT ABC. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 5(16), 269–275. <https://doi.org/10.7454/jabt.v5i2.1080>
- Saputra, D., Setyoningrum, N. R. (2016). Peran Internet sebagai Pendukung Competitive Intelligence dalam Pengambilan Keputusan Strategis Perusahaan Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Ilmiah Bangkit Indonesia*, (5)2. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v5i2.68>
- Sudaryanto. (2024). Peran KPI dalam Mendorong Karyawan dan Produktivitas Organisasi. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 1(2), 61-72.
- Suluri. (2019). Benchmarking dalam lembaga pendidikan. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, 3(2), 82-88.
- Sutia dkk. (2020). Benefit of benchmarking methods in several industries. *Systematics Review in Pharmacy*, 11(8), 508-518.
- Tempo. (2024, 2 April). *Perlunya Negara Ikut Mengurusi Umrah*. Diakses pada 7 November 2024, dari <https://www.tempo.co/kolom/peran-negara-dalam-urusan-umrah-26391>
- Yatnikaputri, F. F., Roostika, R. (2023). Penerapan Pemasaran sebagai Bagian dari Competitive Intelligence PT Telkom Indonesia Regional III. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, (2)2, 110-119. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/28539>