

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Anam, E. S. & S. (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan pada UD Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar. *Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 5(1), 66–80.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Erica, D., Hoiriah, H., & Vidada, I. A. (2023). Analisa SWOT dengan Matriks IFE & EFE pada Tokopedia. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 3(2), 64–73. <https://doi.org/10.33476/jobs.v3i2.2680>
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.4505>
- Herlinda Novitasari, & Didi Samanhudi. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot Dan Qspm Integrasi Analytic Hierarchy Process Di Coffee Shop Moja Kitchen. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v9i2.170>
- Hidayatullah, A. R., Andesta, D., & Dahda, S. S. (2020). Pendekatan Metode Analisis Swot Matriks IFE & EFE Dan Analitical Hierarchy Process Pada Strategi Pemasaran UKM Bu Muzana. *Justi (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 1(4), 553. <http://journal.umg.ac.id/index.php/justi/article/view/2832/1742>
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v1i1.5.63-84>
- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Mohamad, R., Ekonomi, D., Pascasarjana, S., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2021). Roni Mohamad 1 dan Endang Rahim 2. Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH Endang Rahim 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo 2 Ema. 15–25.

- Pati, A. W., Sari, I. P., Oktaria, H., & Amalia, K. N. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di STEBIS IGM Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(1), 89–102. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i1.50>
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1), 96–124. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2018.8.1.65-93>
- Rahmadani, F., Putri, D., Sermina, A., & ... (2023). Penerapan Analisis SWOT terhadap Persaingan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Mie Gacoan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan ...*, 7, 30138–30143. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/11867>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Simangunsong, P. C. T., & Alamsyah, N. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Di Pt Gerbang Saranabaja Dengan Matriks Ife & Efe. *Academy of Education Journal*, 14(2), 256–268. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1387>
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan Cilandak. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 15.
- Suranto, Musrofi, & Widodo, A. (1998). Analisis Kepuasan Konsumen dengan Skala Guttman. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 03(2), 36–47.
- Suranto. (2016). IMPLEMENTASI SERVICE QUALITY DAN SWOT ANALYSIS IKasus Di Percetakan Pustalia Baru Surakartal. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 02103), 119-124. <http://journals.ums.ac.id/index.php/jiti/article/view/3363/2123 Y640A>.
- Suranto, Amalia, M. R., & Pratiwi, A. (2023). Kompetensi Sumber Daya Manusia Bagi Peningkatan Kinerja Karyawan UMKM di Sentra Industri Batik. *Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 15(2), 246-254.
- Suranto & Djunaidi. (2021). Marketing Development Model of Goyor Woven Fabric Increases Consumer Buying Interest in Pandemic Covid-19 Era: Study at Sragen Goyor Industry Center. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Vol. 20(1), 61-70.
- Suranto & Djunaidi. (2023). Marketing Strategy to Improve the Competitiveness of Lurik. Women Fabric MSMEs Center in Klaten, Central Java. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Vol. 22(1), 67-75.
- Suranto, & Pratiwi, A. (2020). Model Pengembangan Pemasaran Kain Tenun “Goyor” Berorientasi Pasar Berdasar Keinginan Konsumen Di Era Industri 4,0 (Sentra Industri Kain Goyor Sragen Indonesia). */enaco*, 0, 260-273.
- Suranto, & Riza, A. M. (2005). Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Perilaku Konsumen Dengan Metode Diskriminan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 40), 18-27.