

DAFTAR PUSTAKA

- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- ANA, P. C. (2016). PERANAN FUNGSI MANAJEMEN SDM (PLANNING, ORGANIZING, ACTUATING DAN CONTROLLING) UNTUK MENUNJANG PELAYANAN PENGUNJUNG DI PERPUSTAKAAN (STUDI PADA UPT PERPUSTAKAAN NASIONAL PROKLAMATOR BUNG KARNO KOTA BLITAR JAWA TIMUR) ROLE. *JURNAL REVITALISASI Jurnal Ilmu Manajemen*, 5.
- Annisa, D. (2004). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Produk Pemutih Pond's*. 27–41.
- Antonius, I., Sugiono, D., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di cincau station surabaya*. 1(2), 1–11.
- Cahyono, (Puguh. (2016). *IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK JASA ASURANSI KECELAKAAN DAN KEMATIAN PADA PT. PRUDENTIAL CABANG LAMONGAN*. 1(02), 129–138.
- Cynthia Vanessa Djodjoho, H. N. T. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMBA*, 2 No. 3(2), 1214–1224. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, S. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- FRETES, R., Santoso, P., Soenoko, R., & Astuti, M. (2013).

Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Rekayasa Mesin*, 4(2), 109–118. <https://doi.org/10.21776/ub.jrm>

Hanafi, D. M. (2015). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. In *EKMA4116/MODUL 1*.

Hidayat, R., & Rahmat, R. (2018). Analisis Swot Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam (Studi Kasus Pada Cv. Star Pratama). *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 94–108. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.745>

I Wayan Lanang Pastika Dr. Gede Santanu, SE., MM Kadek Eni Marheni, SE., M., & Bali, S. P. J. A. N. P. N. (2016). ENERAPAN KONSEP PENGORGANISASIAN DAN PENGARAHAN PADA PT BAYUS CARGO BADUNG, BALI I. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(3), 197–205.

IKHSAN, A. (2004). Pengaruh Intensitas Persaingan Pasar Terhadap Kinerja Unit Perusahaan: Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing, Volume 1*(Nomor 1), 1–16.

Isniwatun Munwaroh, M. P. (n.d.). *1 | D i s a j i k a n d a l a m s t u d i i l m i a h U K M P e n e l i t i a n U N Y*. 1–5.

Jiwa, I. D. N. A. (2018). Relationship Marketing, Power Dan Loyalitas Pada Hubungan Bisnis Antara Pemasok Dengan Peritel. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(3), 146–159. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i3.84>

Muhammad Fauzani, Nurul Akramiah, B. S. (2018). *ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PRODUKPT. KARUNIA SENTOSA PLASTIK*. 2, 104–117.

Muhammad, M. (2018). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*,

11(1), 28. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.11.1.28-37>

- Pasaribu, N. F. (n.d.). *STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI AGROWISATA BUANA AMETHA SARI*. 9, 791–797.
- Putri, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (n.d.). *PERENCANAAN STRATEGI PENGEMBANGAN RESTORAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN METODE QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIKS) (STUDI KASUS RESTORAN BIG BURGER MALANG) PLAN*. 3(2).
- Putri, P. A. Y., & Endiana, I. D. M. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Koperasi Di Kecamatan Payangan). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 179–189. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1433.179-189>
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffé Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 1 No. 2, Oktober 2020*, 53(9), 1689–1699.
- Saputra, A. D., Nurmala, R., & Cakrawala, A. P. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran 8P Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang. *Eksekutif*, 15(1), 19–41.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang) Hany. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media

Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86.
<https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>

- Suryandari, E. Y. (2005). *PELUANG USAHA EKOWISATA CAGAR ALAM/TAMAN WISATA ALAM KAWAH IJEN DI KAWASAN TAMAN NASIONAL ALAS PURWO (The Opportunity of Ecotourism Business at Kawah Ijen Nature Preserve and Nature Conservation Parks, in Alas Purwo National Park. 2, 13–26.*
- Wisnubroto, P., & Freitas, J. M. (2013). Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dengan Pendekatan Teknologi Altas Project Method. *Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan Teknologi Altas Project Method*, 1(1), 161–168.
- Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Jurn. Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.