

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Sofyan, A. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Era Digital Pada Masa Sekarang. *Khidmatussifa: Journal of Islamic Studies*, 2(1), 11–16. <https://doi.org/10.56146/khidmatussifa.v2i1.76>
- Ahmadi, N. K., & Herlina. (2017). Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03. No.01, Januari 2017, 03(01)*, 75–95.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Akbar, M. J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM untuk Meningkatkan Penjualan Beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61–67. <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4595>
- Amanah, D., & Agustini, F. (2016). Strategi Pengembangan Produk Taman Margasatwa Medan, Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA*, 130–142.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS. GUAPEDIA.*
- Dr. Meithiana, I. (2019). Pemasaran & Keputusan Pelanggan. In *Unitomo Press*.
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. 1(2).*
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik analisis SWOT.* Anak Hebat Indonesia.
- Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Fudsyi, M. (2020). Pengaruh Audit Pemasaran terhadap Efisiensi dan Efektivitas Fungsi Pemasaran pada Politeknik LP31 Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 8(September), 22–47.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882. <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1271>
- Herlita, M., & Nurulrahmatia, N. (2020). JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen JUIMA : Jurnal Ilmu Manajemen. *Analisis Pengaruh Faktor Fundamental Terhadap Harga Saham Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Lq-45 Periode 2015 - 2020, 11(2)*, 86–103.

- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Kampong Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS dan EFAS. *Al Tijarah*, 5(2), 93. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i2.3706>
- Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, K. W., Octaviani, D. W., Della, R. H., Kurnia, A. Y., Lawi, A., & Kuswandi, S. (2023). *Perancangan dan Pengembangan Produk*. Global Eksekutif Teknologi.
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4(3), 543.
- Nurchaya, E., & Alexandri, M. B. (2020). Analisis Swot Strategi Penanggulangan Kemiskinan Di Kota Bandung. *Jurnal MODERAT*, 6(2), 257–267. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/moderat/article/view/3354>
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 225. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.
- Sari, D. P., & Oktafianto, A. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. *Seminar Nasional IENACO*, 238–245.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.