

DAFTAR PUSTAKA

- Ariza, R. A., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 188–194.
- 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.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Artikel Statistik yang Benar*. 18210047.
- MAS'ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, *Product*, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79.
- Pratama, R. A., Amani, H., & Wulandari, S. (2018). Perumusan Strategi Telur Puyuh Di Ikhlis Quail Farm Menggunakan Analisis Swot Dan Matriks Qspm. *EProceedings of Engineering*, 5(2), 2887–2893.
- Rachmawati, R. (2018). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Sanankulon, B., Regency, B., & Era, N. T. H. E. (2022). *Strategi bertahan usaha mikro umkm di warung buk tik bendowulung sanankulon kabupaten blitar di era pandemi covid-19 melalui analisa swot*. 11(1), 12–22.
- Suyanto, A. M. A., & Rafika, J. (2019). Analisis segmentation, targeting, dan positioning (STP) Transmart. *EProceedings of Management Vol. 6, No. 2*, 6(2), 2177–2184.