

## DAFTAR PUSTAKA

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). [P] PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KEDAI BONTACOS, JOMBANG). *Jurnal komunikasi*, 10(2), 116-2010.
- Muhtadi, T. (2024). *MODEL PENINGKATAN REPURCHASE INTENTION MELALUI INOVASI PELAYANAN, KUALITAS APLIKASI MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA SEMARANG* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International journal of management science and business administration*, 1(5), 69-80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Strategi pemasaran. *Preshallindo, Jakarta*, 43.
- Handoko, H., & Dharmmesta, B. S. (2012). Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. *Yogyakarta: BPFE*.
- I'In Endang Mardiani, O. J. Imanuel, 2013. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen melalui Media Online (E-Marketing). *Jurnal Ekonomi*, 4(2).
- Putra, A. P. (2023). ANALISIS E-MARKETING, PROMOSI, DAN INOVASI TERHADAP BRAND AWARENESS SERTA PENGARUHNYA TERHADAP

- KEPUTUSAN BELI DI ALFAMART (KOTA DENPASAR). *Jurnal Ecoment Global*, 8(1), 52-56.
- Denasty, T. S. (2022). *TA: STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PRIME EVENT ORGANIZER YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Lampung).
- Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 1299-1307.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286-303.
- Pradana, R. A. N. (2022). *Strategi Pemasaran Merchandise Menggunakan Metode SWOT dan AHP Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Kasus UMKM UD. Hola Merch)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Sugeng, A., Olivia, A., Ardita, E. E., Natania, E., Azizah, R., Oselasari, S., & Amelia, Z. (2024). Pendampingan dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Oncom pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Desa Sambikarto. *Swadaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 39-50.
- ARTA, P. T. Y. (2021). *PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT (SWOT) DAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)* (Studi kasus: CV. Aneka Kulit Jepara) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Safitri, A. N., & Arbainah, S. (2023). Perumusan Strategi Usaha Menggunakan Ife, Efe, Ie, Swot, Dan Qspm. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 13(1), 25-38.

- Meredith, E. D., Fred, R. D., & Forest, R. D. (2017). The quantitative strategic planning matrix: A new marketing tool. *Journal of strategic marketing*, 25(4), 1-11.
- David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2017). The quantitative strategic planning matrix: a new marketing tool. *Journal of strategic Marketing*, 25(4), 342-352.
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Geng, Z., Liu, F., Shang, D., Han, Y., Shang, Y., & Chu, C. (2021). Early warning and control of food safety risk using an improved AHC-RBF neural network integrating AHP-EW. *Journal of Food Engineering*, 292, 110239.
- Zhao, J., Wang, L., & Huang, Y. (2015, October). Analytic Hierarchy Process based method to evaluate teacher's ability in network education. In *International Conference on Education, Management and Information Technology* (pp. 404-410). Atlantis Press.
- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.