

DAFTAR PUSTAKA

- Amiliana, D., Fatchurrohman, M., & Wardhani, P. S. (2022). Strategi Pemasaran Online dan Offline dalam Meningkatkan Penjualan Outlet Makbule. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 2(2), 51–57. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.30>
- Budiawan, W., & Christine. (n.d.). Analisis Pengaruh *Marketing Mix* (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang).
- Firdaus, R., & Fa'ahakhododo. (2024). *Information System For Competitive Advantage In A Company*. 1(4), 1059–1067. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Firdayani Nasution, D. A., Habibi Saputri, A., Hambali, R., & Suhairi, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Pada Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2369–2378. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13274>
- Hasanah, T. (2020). Volume Penjualan Berdasarkan Kualitas Produk, Promosi dan Saluran Distribusi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 159–171. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1775>
- 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>
- Kasmi, M., Mustari, Nasution, M. A., Ruspindi J, I. W., Budiarti, E., Sabri, Zed, E. Z., Rois, T., Metris, D., A, A., Nurdiani, T. W., Yudanegara, A., Sulaeman, M., & Girsang, N. M. (2023). Prinsip-prinsip pemasaran (Muttaqin, Ed.; 1st ed.). Madza Media. <https://www.researchgate.net/publication/372717306>
- Lestari, A., Hastuti, Mega, A. J., Aisah, S., & Ilahi, A. (2023). Makalah Segmentasi dan Target Pasar Dalam Islam.
- Muhammad, F., & Febriatmoko, B. (2022). Pengaruh diferensiasi produk, persepsi harga, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 263–270. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11110>
- Nasution, M. K. M. (2024). *Usaha Rintisan (Start-ups)*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30639.34729>
- Ngurah Alit Wiswasta, I. G., Ayu Ari Agung, I. G., & Made Tamba, I. (2018). Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha). Universitas Mahasaraswati Press. www.unmas.ac.id
- Nuraeni, N., & Santoso, B. (2024). Peranan Manajemen Persediaan Bahan Baku Terhadap Penjadwalan Produksi PT XYZ. 2(2), 379–394.
- Pradana, V. A., & Jakaria, R. B. (2020). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Gula Menggunakan Metode EOQ dan *Just In Time*. 16(1), 43–48.

Purnamasari S, Purboyo, Mulyani, Aryani Lina, Fitriana, Zulfikar Rizka, Triwardhani Syahputra Diana, Oktayani Dewi, Putra Angga Ranggana, Malihah Lola, Wisudawaty Priska, & Ariyani Nafiah. (2022). *(Book) perencanaan-pemasaran-analisis-perencana* (Aas Masruroh, Ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.

Rahmadana. (2022). Analisis Aspek Pasar dan Pemasaran.

Ramadhan, A. (2023). Analisis SWOT Dalam Pengoptimalan Peluang Pasar Terhadap Tujuan Suatu Perusahaan Andi ramadhan. *Jurnal Siber Transportasi Dan Logistik (JSTL)*, 1(2), 62–69. <https://doi.org/10.38035/jstl.v1i2>

Tasruddin, R. (2015). Strategi promosi periklanan yang efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2.

Tasruddin, R. (2021). Tren Media Online Sebagai Media Promosi. *Jurnal Mercusuar*, 2, 16–21.

Wardhana, A. (2024). *Customer Satisfaction Index (CSI)*. <https://www.researchgate.net/publication/385039913>

Wibowo, A., Satiri, Ruliana, P., & Yulianto, K. (2022). Komunikasi *word of mouth* (WOM) sebagai penentu keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2(3), 617–629.

