

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fatoni. (2011). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Rineka Cipta (ed.)).
- Ainia, N., & Samiatus, N. (2021). IMPLEMENTASI STRATEGI GO DIGITAL SEBAGAI PEMULIHAN BISNIS UMKM PADA SITUASI PANDEMI COVID-19. : : *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 213–227.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis : pengelolaan bisnis dalam era globalisasi* (1st ed.). Rineka Cipta.
- Aprizal, H. (2012). *Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt . Semen Tonasa Di Pangkep Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt . Semen Tonasa Di Pangkep*. UNIVERSITAS HASANUDDIN.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi* (15th ed.). Rajawali Pers.
- Avinda Violita Olivia. (2018). *PENGARUH SEKTOR PERTANIAN DAN SEKTOR PERDAGANGAN TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) KABUPATEN PRINGSEWU PERIODE 2008-2016 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055>
<https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
<https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024>
<https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>
- Chaffy, D., Chadwick, F. E., Johnston, K., & Mayer, R. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. In *Practice* (THIRD). Prentice Hall.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Caps.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi* (kesepuluh). Salemba Empat.
- Dh.M.B.A., D. B. S., & Drs. Irawan, M. B. . (2008). *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Liberty Yogyakarta.
- Dharmmesta, B. S., & Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* (Ed.1, Cet.). Yogyakarta: PBF Universitas Gadjah Mada.
- DIAN OKTAVIA SARI, I. (2019). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bisnis Ud Sekar Jati Star Jombang. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 6(3).
- Fathoni, M. A. (2018). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurisdictie*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.18860/j.v9i1.5135>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hapsari, R., Kusuma, R., & Anggraeni, R. (2020). *Entrepreneurial Marketing* (1st ed.). UB Press.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan* (1st ed.). CAPS.

- Hubeis, M., & Najib, M. (2014). *Manajemen strategik : dalam pengembangan daya saing organisasi*. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management* (Edisi Mile). Prentice Hall Intl.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran jilid 1* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.
- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70–75.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS. *Jurnal Al Tijarah*, 5(2), 93–103.
<https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah/article/view/3706>
- Mahacakri, I. G. A. C. (2020). Manajemen Usaha dan Penerapan Digital Marketing Tanaman Hias di Kota Mataram. *AGROTEKSOS: Agronomi Teknologi Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 30(1), 1.
<https://doi.org/10.29303/agroteksos.v30i1.549>
- Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128.
- Nilasari, S. (2014). *Manajemen strategi itu gampang* (Arini R. (ed.); 1st ed.). Dunia Cerdas.
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA*, 14(2), 102–209.
- Philip Kotler. (2004). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Philip Kotler, & Armstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2* (12th ed.). Erlangga.
- Porter, M. E. (1991). *Strategi bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing* (G. Hutauruk (ed.); 4th ed.). Erlangga.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 225.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Putong, I. (2003). Teknik Pemanfaatan Analisis SWOT Tanpa Skala Industri (A-SWOT-TSI). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(8), 65–71.
http://repository.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/491/1/PUTONG_65-71.pdf
- Putu Rani Susanthi. (2017). Analisis Lingkungan Internal Dan Lingkungan Eksternal Untuk Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Stie Galileo Batam). *Jurnal Elektronik Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 30–42.
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56283112/Putu-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1626925632&Signature=dxnBfuJl5jx5cuS2qGCYtc1HPu8u>

1df7iNRtcEi~RC3wKmGiX~WhCzgjE3shahMutn2HTcFIQgjOAVHI85DrT
7Yq~UDoYusojd303NmH1XnBwDaQKOppeHtSgEAdWGPYhaQSGJYKep
2EsCnC-6bkAFI

- Ramdhona, C., Rochdiani, D., & Setia, B. (2019). ANALISIS KELAYAKAN USAHATANI JAMBU KRISTAL (*Psidium guajava* L.) (Studi Kasus pada Pengembang budidaya Jambu Kristal di Desa Bangunsari Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3), 596. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i3.2536>
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosnaini. (2018). *ANALISIS STRATEGI SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING (STP) PADAPT. KUMALA CELEBES MOTOR (MAZDA MAKASSAR)*. UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR.
- Satrawati. (2018). *STRATEGI PEMASARAN BIJI KAKAO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT (STUDI KASUS DI DESA SALU PAREMANG SELATAN KEC. KAMANRE KAB. LUWU)* [FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO].
<https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.nantod.2015.04.009>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514-9>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-1>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2>
<http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2>
- Siwu, H. F. D. (2017). STRATEGI PERTUMBUHAN DAN PEMBANGUNAN EKONOMI DAERAH. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 18, No.6, 1–11. <https://www.mendeley.com/library/>
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). *Identifying Business Value from The Use of Social Media: An SME Perspective*.
- Suharismi Arikunto. (1992). *Prosedur Penelitian: Suatu Penekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Sukirno, S. (2006). *Makro ekonomi. Teori Pengantar*. PT Raja Grasindo Persada.
- Surbakti, S. (2021). STRATEGI PEMASARAN JAMBU BIJI (*Psidium Guajava* L.) SEBAGAI PELUANG ALTERNATIF UNTUK PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT (Desa Tanjung Anom, Kec. Pancur Batu, Kab. Deli Serdang). In *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota* (Vol. 1, Issue 3). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA MEDAN.
- Syafi'I Antonio, muhammad. (2011). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Market Targeting* (2nd ed.). Erlangga.
- Ulufiah, N. M. (2021). *PERUBAHAN STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING PADA PEMASARAN PRODUK UMRAH PT AROFAHMINA CABANG TULUNGAGUNG*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Usman, H., & Purnomo Akbar, S. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi

Aksara.

- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- William J. Stanton. (1984). *Fundamentals of Marketing* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.

