

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, E. H., Makkasau, Fitriani, & Latifah, A. (2023). Metodologi Penelitian Kesehatan. In *Get Press Indonesia*.
- Ahmad, J. (2020). Sejarah Perkembangan Ilmu Dokumentasi. *Jurnal Kependidikan Dan Keislaman*, 8(1), 21.
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773)
- Assauri, S. (2022). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. PT Raja Grafindo Persada.
- Ayettulloh, C., Kuswara, H., Palasara, N., Fernando, M., & Karim, Z. R. (2021). Analisa Bisnis Limbah Pada Cv. Duta Gemilang Jaya. 5(1), 99–110. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i1.388>
- Bahri, S., & Bayu Rosandy, A. (2025). Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix* 4P) dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora (AJSH)*, 5(2).
- Chelsea Vanderkley, Farid, E. S., & Juliana Kadang. (2025). Strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(2), 14–25. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i2.83>
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2022). *Strategic Management: Concepts and Cases* (17th Editi). Pearson Education.
- Devina, Y. H., Pujiantio, T., & Kastaman, R. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt di DKI Jakarta. *Agrikultura*, 32(2), 168. <https://doi.org/10.24198/agrikultura.v32i2.32651>
- Efendi, E., Indrawansyah, Aulia, R., & Ningsih, P. S. (2023). Tipe Informasi Bagi Manejemen dan Mekanisme Pengambilan Keputusan dalam Organisasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 3042–3048.
- Enjelia, M. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Avoskin. <https://repository-feb.unpak.ac.id/xmlui/handle/123456789/8367>
- Fauzan, R., Supryanita, R., & Rahmatika. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Daya Saing Pada Bisnis Kafe di Kota Bukittinggi (Studi Kasus Kafe Teras Kota). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 1–14.
- Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran

- Untuk Meningkatkan Daya Saing di *Coffee Shop* Pulang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39392>
- Fika, N., & Zohriah, A. (2024). Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Lembaga Pendidikanret 2024. *Jambura Journal of Educational Management*, 1(5), 248–257. <https://ejournal-fip-ung.ac.id/ojs/index.php/jjem/index>
- 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>
- Fuad, M. F. N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Warung Kopi. 4(02), 7823–7830.
- Hasibuan, Z., Nurmastika Syahputri, Raihan Zaky Hamtheldy, Ayyub Ramadhan, & Suhairi. (2022). Pentingnya Mengembangkan Produk Dan Keputusan Merek Dalam Pemasaran Global. *Journal Of Social Research*, 1(4), 261–267. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i4.89>
- Hastono, S. P. (2020). Analisis Data pada Bidang kesehatan. 1–212. www.rajagrafindo.co.id
- Jurais, A. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Qabul *Laundry* Di Desa Songka Kecamatan Wara Selatan Kota Palopo. 4(02), 7823–7830.
- Kamaluddin. (2020). Analisis Swot Untuk Menyusun Strategi Bersaing. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342–354. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing* (19 Edition). Pearson Higher Ed, 2023.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16 Editon). Pearson Education Limited.
- Laga, M. L., Kurniawati, M., Fanggidae, R. E., & Fanggidae, A. H. J. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Rumah Makan Geprek Benu Kota Kupang). *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 217–229. <https://doi.org/10.70581/glory.v6i1.16871>
- Lil Taqwa, F. R. A.-K., Sarita, B., & Sujono. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha (Pada Ud. Pandan Jaya Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari). *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 471–481. <https://doi.org/10.55598/homanis.v2i2.114>
- Majid, A., & Faizah, E. N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 54–64.

<https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.130>

- Mudatsir. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Pada *Cafe Mr. Yess Coffee* Di Kota Benteng Selayar. *Jurnal Ekonomi*, 2(2), 1–14.
- Muniarty, P., Verwaty, Hasan, S., Siti, P., & Hadmandho, T. . (2022). Manajemen Pemasaran. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Nadriah, N. E. F., & Ayuningtyas, D. (2023). Analisis STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) Dan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Instalasi Rawat Inap Di Rs Trimitra Cibinong Tahun 2023. *Accident Analysis and Prevention*, 183(2), 153–164. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.13188>
- Pangestu, M. R., & Ulfah, B. R. M. (2023). Strategi pedagang kaki lima (PKL) dalam mempertahankan usaha pada masa pandemi Covid-19 (Studi kasus PKL di kawasan Tugu Kota Selong). <https://doi.org/10.36679>
- Patra, E., & Ramdani, S. H. (2022). Formulasi Strategi Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Savana *Result* Dalam Meningkatkan Perekonomian Dan Daya Saing. *Essence: Entrepreneurship and Small Business Research for Economic Resilience*, 1(1), 39–53. <https://doi.org/10.53698/essence.v1i1.2>
- Pertiwi, R. D., Wardana, W., Tondo, A., Sulaiman, A., Fithriani, M., Gunawan, G., & Saragih, L. M. S. (2023). *Customer Brand Loyalty Model for Social Media Marketing*. *Sosiohumaniora*, 25(2), 154. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v25i2.46291>
- Putra, A. R. M. (2022). , Analisis Maslahat dan Mafsadat Terhadap Pembatasan Jam Pekerja Harian di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Parepare. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/8886/>
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE, Dan Matriks IE. *Scientific African*, 7(January), 224–234. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Sahbuki Ritonga. (2023). Rekapitulasi Rata-Rata Data Hasil Wawancara Calon Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Al Bukhary Labuhanbatu Tahun 2023. *Tarbiyah Bil Qalam: Jurnal Pendidikan Agama Dan Sains*, 7(2), 1–6. <https://doi.org/10.58822/tbq.v7i2.158>
- Sardanto, R., & Rahman, D. (2023). Strategi Inovasi Sablon *Shift* Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasca Covid-19 Di Industri Sablon Kaos. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v14i1.3127>
- Sari, R., & Halim, C. (2022). Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada *Coffee Shop* di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 231–248. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1139>

- Sidik, Y., Zain, O. K., Wihartika, D., & Soepardi, M. (2022). *The Analysis Of Social Media Promotion & Product Reviews For Purchasing Decision Making On Lazada Marketplace (Case Study of Pakuan University Students)*. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 7(2).
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>
- Simanjuntak, S. H. C. (2022). Analisis Kesulitan Belajar IPA Kelas IV SD Negeri 163080 Tebing Tinggi Pada Materi Bunyi Tahun Ajaran 2021/2022. 2, 306–312.
- Sugiyono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA, CV.
- Sulaiman, A. (2024). *Determinants of Competitive Advantage and its Implications for MSME Business Performance*. 5(5), 26–30.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran(Edisi 1)*. Andi.
- Utomo, M. D. P. (2025). Implementasi *Marketing Mix* Produk Kpr Indent Ib (Studi Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah Kcs Malang).
- Vieri Hani, F. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif *Uncletees*. *February*, 4–6.
- Wicaksono, S. R. (2024). Analisis SWOT: Integrasi *PEST* dan *Ansoff Matrix*. CV. Seribu Bintang. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13777827>
- Wintoko, R., & Marlana, N. (2021). Analisis strategi pemasaran pada UKM rumah kopi temanggung. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1160–1166.
- Yatminiwati, M., & Emmy, E. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk. *γ787*, 14(8.5.2017), 2003–2005.
- Yenefer, F. (2024). Analisis Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah di Desa Babatan Ulu Kecamatan Seginim. *Journal of Islamic Management Studies*, 8(2), 36–48. <https://publications.waim.org.my/index.php/jims/article/view/132/100>