

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. B. Seran, E. Sundari, dan M. Fadhila, “Strategi Pemasaran Untuk Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen,” *Jurnal Mirai Management*, vol. 8, no. 1, hlm. 206–211, 2023.
- [2] R. P. Ramadhan, O. Liviana Bela, H. D. Prasetyo, S. Tinggi, I. Ekonomi, dan M. Surabaya, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz,” vol. 15, no. 01, 2022, doi: 10.46306/jbbe.v15i1.
- [3] H. Prasetya Widodo dan Ellen Meianzi Yazak Program Studi Ilmu Komunikasi, U. C. Tribhuwana Tunggaladewi Jl Telaga Warna Blok, K. Lowokwaru, dan K. Malang, “Strategi Komunikasi Pemasaran Peternak *Lovebird* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan,” 2018.
- [4] Z. Nurkarimah, E. Mulyantomo, dan E. Suryawardana, “Menguak Sukses Wirausaha Peternakan Burung *Lovebird* (Study Kasus Usaha Heli *Lovebird* di Cinde Raya Timur Semarang),” *Majalah Ilmiah Solusi*, vol. 17, no. 2, 2019.
- [5] Muhamad Rio Albariq dan F. Wijaya, “Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis SWOT Kona Koffee Bandung,” *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 10, no. 1, hlm. 638–642, Feb 2024, doi: 10.35870/jemsi.v10i1.2051.
- [6] Andi K. dkk., “M Implementasi Metode AHP Dalam Sistem Penunjang Keputusan Penerima KIP Implementasi Metode AHP Dalam Sistem Penunjang Keputusan Penerima KIP Kuliah,” *JUKI : Jurnal Komputer dan Informatika*, vol. 5, 2023.
- [7] S. Krisning Tyas, J. Raya Al -Kamal No, dan K. Jeruk Jakarta Barat, “Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Matrik IE, SWOT Dan AHP Untuk Mendapatkan Alternatif Strategi Prioritas.”
- [8] A. Kurniawan, “Pemasaran Produk Pangan.” *UPY Press*, 2023

- [9] R. P. Dewi, Fransiska, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Restoran Zushioda Cirebon”, JIP: Jurnal Inovasi Penelitian, vol.4 no.3, 2023
- [10] J. R. Ekonomi dkk., “22 16 (2) (2023) 122-141 Analisis pengaruh bauran pemasaran 4p (*product, price, promotion, and place*) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (UMKM)”.
- [11] F. Mamonto dkk., “*Analysis Of Marketing Mixed Factors (4p) On Purchase Decisions At Podomoro Poigar Eating House In New Normal Era,*” vol. 9, no. 2, hlm. 110–121, 2021.
- [12] R. Mohamad dan E. Rahim, “Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam perspektif syariah,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 2, pp. 45-55, 2021.
- [13] M. Ridwan dan H. Hanafiah, “Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok,” *Business, Entrepreneurship and Finance*, vol. 1, no. 3, 2021, doi: 10.53067/ijebeef.
- [14] J. R. Ekonomi, D. Bisnis, N. Khairat, dan S. Widaningsih, “Penerapan Bauran Pemasaran 4P pada Astiga Leather Tahun 2024”.
- [15] M. Jayuli, E. Ruswanti, dan W. D. Purwati, “Pengaruh Bauran Pemasaran, Keunggulan Bersaing, terhadap Keputusan Berobat untuk Meningkatkan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit X, Jakarta Selatan,” *Jurnal Health Sains*, vol. 3, no. 2, hlm. 250–262, Feb 2022, doi: 10.46799/jhs.v3i2.424.
- [16] Muhamad Tegar Fitrianto, Riska Aprilina, dan Giva Andriana, “Pemasaran dan Peningkatan Kualitas Produk Intellimice Classifier dengan Implementasi Strategi STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*),” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 9, Sep 2024, doi: 10.47467/alkharaj.v6i9.4350.
- [17] J. Ekonomi Bisnis, M. dan Akuntansi, D. Ramadhani, D. Derina Yusda, M. Renandi Ekatama Surya, dan P. M. Rini, “Analisis *Segmentation Targeting Positioning* Terhadap Peningkatan Konsumen Pada Pabrik Roti P.D. Lembur Jaya Natar,” vol. 3, no. 3, 2024.
- [18] A. H. Faza dkk., “Analisis Segmentasi Pasar Dalam Perencanaan Bisnis Industri Ritel,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 1, no. 4, hlm. 40–49, 2024, doi: 10.62017/merdeka.

- [19] Y. B. Susanto, U. Muhammadiyah, J. A. Suharto, U. M. Jember, dan I. Puspitadewi, “Analisis Strategi Pemasaran Umkm Batik Semboro Dengan Metode STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) Untuk Meningkatkan Daya Saing,” *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, vol. 2, no. 1, hlm. 143–148.
- [20] R. Adinugraha, K. M. Wati, “Analisis SWOT dan STP Untuk Menerapkan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM-Mie Bergaya”, *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, vol.2 no.12, 2024
- [21] S. H. Putri, Mukhroji, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk dan *Positioning* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha”, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, vol.2 no.1, 2024
- [22] A. R. Zaelani, A. Rosyidta, P. Octasyilva, C. Andrean, dan R. Zaelani, “*Analysis Of Segmeting, Targeting, Positioning Strategies In E-Commerce Marketing Analisis Strategi Segmeting, Targeting, Positioning Dalam Pemasaran E-Commerce*,” *Journal of Social and Economics Research*, vol. 6, no. 1, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://idm.or.id/JSER/index>.
- [23] B. Setyawan, W. Fatmawati, dan E. Mas'idah, “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Analisis SWOT dan AHP,” *Jurnal Teknik Industri (JURTI)*, vol. 1, no. 1, hlm. 1–13, 2022.
- [24] “Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Analisis Swot (*Strengths, Weaknesess, Opportunities, Threats*) Dan AHP (*Analytical Hierarchy Process*).”
- [25] L. H. Fadli, “*Strategic Management Analisis SWOT Pada PT. Gajah Tunggal Tbk*,” vol. 1, no. 2, 2019, doi: 10.31933/JEMSI.
- [26] S. Qurotul Aini, R. Faishol, A. Aniati, A. Darajat, C. Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur Wilayah Kab Banyuwangi, dan B. Banyuwangi, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Program Belajar Pada Lembaga Bimbingan Belajar Bes Kediri,” *International Journal of Educational Resources*, vol. 4, no. 6, 2024.

- [27] A. R. Harahap, N. H. M. Simbolon, R. A. Agata, dan S. Sunarsih, “Metode Fuzzy AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk Pemilihan Metode Pembelajaran Demi Menunjang Pembelajaran Matematika,” *Jurnal Sains dan Edukasi Sains*, vol. 5, no. 1, hlm. 9–17, Feb 2022, doi: 10.24246/juses.v5i1p9-17.
- [28] N. Manajemen, R. Alfiah, S. Fiyara, R. Hidayat, dan I. R. Kusumasari, “Perbandingan Metode Pengambilan Keputusan: Analisis SWOT VS AHP (*Analytic Hierarchy Process*)”, doi: 10.8734/mnmae.v1i2.359.
- [29] A. R. Harahap, N. H. M. Simbolon, R. A. Agata, dan S. Sunarsih, “Metode Fuzzy AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk Pemilihan Metode Pembelajaran Demi Menunjang Pembelajaran Matematika,” *Jurnal Sains dan Edukasi Sains*, vol. 5, no. 1, hlm. 9–17, Feb 2022, doi: 10.24246/juses.v5i1p9-17.
- [30] P. A. Pradharma, I. B. G. Dwidasmara, “Penerapan AHP Untuk Penentuan Lokasi Optimal Cabang Baru Bisnis Otomotif Dalam Sistem Informasi Geografis Area Marketing”, Universitas Udayana, 2019
- [31] L. S. Putri dan A. Kurniawan, “Pendekatan statistik dalam analisis SWOT dan AHP untuk optimasi strategi pemasaran,” *Jurnal Statistika dan Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 112-125, 2023.
- [32] T. Wicaksono dan R. Prasetyo, “Analisis strategi bisnis menggunakan metode SWOT dan AHP dalam pengambilan keputusan,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 1, pp. 23-34, 2022.