

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi. (2022, Agustus 8). *Kominfo*. Retrieved from Kominfo.go.id:
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/43533/redam-guncangan-ekonomi-global-rapbn-2023-akan-dirancang-fleksibel/0/berita>
- Alfiyandi, & Syarfan, L. O. (April 2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru. *Jurnal Valuta Vol.2 No.1*, 54-65.
- Arum, R. (2021). *Penelitian*. Retrieved from Gramedia Blog:
<https://www.gramedia.com/literasi/rumus-slovin/>
- Charylia, B. D. (Desember 2013). Bauran Promosi di Taman Wisata Ratu Boko. *Jurnal Nasional Pariwisata, Vol. 5, No. 3*, 180-188.
- David, F. (2009). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handayani, M., & Kurniawan, D. (2021, April 28). *Ekonomi*. Retrieved from 2023
VOI-Waktunya Merevolusi Pemberitaan:
<https://voi.id/ekonomi/47665/kemacetan-di-6-kota-besar-indonesia-bikin-kerugian-rp71-4-triliun-2-2-juta-liter-bbm-menguap-per-hari>
- Komunikasi, D. (2022, Mei 18). *www.bi.go.id*. Retrieved from Tak Hanya Keren,
Pakai Produk UMKM Juga Dapat Membantu Perekonomian:
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Tak-Hanya-Keren,-Pakai-Produk-UMKM-juga-Dapat-Membantu-Perekonomian.aspx>
- Kotler&Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1) (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga.

- Limanseto, H. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*, HM.4.6/553/SET.M.EKON.3/10/2022.
- Limanseto, H. (28 April 2021). *Dukungan Pemerintah Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*. Jakarta : Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Ma'ruf, A. (2022). *Analisis Strategi Panduan Praktis SWOT, GE-MCKINSEY, SPACE, FFA, QSPM, AHP, Menggunakan Microsoft Excel*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mujahid, A., Isharyani, M. E., & Widada, D. (Oktober 2018). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM) Studi Kasus: Borneo Project. *Jurnal Rekayasa Industri Vol.7, No.2*, 111-118.
- Mustaniroh, S. A., Chasnaq, C. R., & Santoso, I. (2016). Perencanaan Strategi Pemasaran Minuman Sari Apel "Dewata" dengan Pendekatan Quantitative Strategic Planning Matrix. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Vol.5, No. 1*, 21-29.
- Nimda. (2012, 1 Maret 06/11/2022; 14:25). *Informatika-UNPAS*. Retrieved from Apa itu Sosial Media: <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/#:~:text=Sosial%20media%20adalah%20sebuah%20media,tanpa%20dibatasi%20ruang%20dan%20waktu>.

- Noor, S. (November 2014). Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA, Tahun XIV, No. 2*, 102-209.
- P, N. E., Astuti, R., & Putri, S. A. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang). *Jurnal Industria Vol. 3, No. 2*, 93-106.
- Puspitasari, N. B., Rumita, R., & Pratama, G. Y. (September 2013). Pemilihan Strategi Bisnis dengan Menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) dan Model MAUT (Multi Attribute Utility Theory) (Studi Kasus Pada Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul, Yogyakarta). *J@TI Undip, Vol. VIII, NO. 3*, 171-180.
- Rangkuti, F. (1962). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sandy, F., Arifin, Z., & Yaningwati, F. (April 2014). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Bisnis Angkatan 2010-2012 Fakultas Ilmu Administrasi Pengguna Indosat di Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 9, No.2*, 1-10.

- Setiawan, N. J., & Bernadus, D. (3 Agustus 2018). Pengaruh Faktor - Faktor Promotion Mix terhadap Keputusan Pembelian Forte. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 3*, 373-381.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Windusara, D. B., & Kusuma, A. G. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian OPPO Smartphone. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 12*, 4160-4185.
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (Vol. 4, No. 1, 1 April 2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 14-24.