

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.). CV. Syakir Media Press.
- Abednego, F., Kuswoyo, C., Lu, C., & Wijaya, G. E. (2021). ANALISIS PEMILIHAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER PADA INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN (STUDI KUALITATIF PADA GENERASI Y DAN GENERASI Z DI BANDUNG). *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73.
- Aditya, T. M., & Syam, F. (2018). ANALISIS BIAYA KUALITAS DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI BIAYA PRODUKSI PADA PT ACEH MEDIA GRAFIKA TAHUN 2012-2016. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(1), 67–81.
- Ahmad, I., Djajasinga, N. D., Astuti, S. D., Sanny, A., Cahyadi, N., Mamengko, R. P., Reza, V., Suarna, I. F., Jayanti, F., Helvira, R., Sintani, L., Sunaryanti, B., & Mekaniwati, A. (2022). *DIGITAL MARKETING (Concept, Strategy, and Implementation)* (P. T. Cahyono, Ed.). Cendikia Mulia Mandiri.
- Akbar, M. J., Qurtubi, & Maghfiroh, M. F. N. (2022). PERANCANGAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BERAS. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61–67. <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4596>
- Alam, A., Herianingrum, S., Lestari, T. L., & Nurrahman, A. (2022). IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP SISTEM RESELLER DAN RELEVANSINYA DALAM UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 48–64. <https://doi.org/10.30829/hf.v9i1.11158>
- Alamanda, D. T., Anggadwita, G., Raynaldi, M., Novani, S., & Kijima, K. (2019). Designing Strategies using IFE, EFE, IE, and QSPM analysis: Digital Village Case. *The Asian Journal of Technology Management (AJTM)*, 12(1), 48–57. <https://doi.org/10.12695/ajtm.2019.12.1.4>
- Alamsyah, V. U. (2021). Pelatihan dan Pengenalan Digital Marketing: Menyusun konten marketing pada SMA Regina Pacis. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 01(02), 52–55.

- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN BURGER KING JATIASIH. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1), 429–442. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i1.671>
- Alistiorini, & Suharno, B. (2011). *80 BISNIS LARIS BALIK MODAL < 1 TAHUN*. Penebar PLUS+.
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 66(1), 66–72. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Annisa, I. T., & Wijaya, A. P. (2019). PENGARUH KETERLIBATAN DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU MASUK ANGIN KEMASAN. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 122–137.
- Annisa, P. N., & Sudrajat, A. (2022). Analisis Pengaruh Process dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli Konsumen dengan Cita Rasa sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Kopi Janji Jiwa Jalan Raya Wadas Cikampek). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 351–372. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7077484>
- Annisaa, M. D. L., Suharto, A., & Nursaidah. (2022). PENGARUH LOKASI, HARGA, PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(1), 30–40. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>
- Anugrah, K., Simanjourang, R. C., Hutabarat, A. R. H., Pakpahan, R. J., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Inflasi terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 442–449. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.269>
- Apriyanti, M. E. (2018). PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20–27.
- Arani, M. H., Kalantary, R. R., Nasiri, M., Mohammadzadeh, M., & Arani, J. S. (2022). COVID-19 control management in central corona hospitals using SWOT and QSPM matrices: A case study in Kashan central hospitals. *Environmental*

Health Engineering and Management, 9(1), 41–53.
<https://doi.org/10.34172/EHEM.2022.06>

- Arianto, N., & Ad Difa, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT NIRWANA GEMILANG PROPERTY. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119.
- Arif, M., Sabri, Nagari, P., & Nasfi. (2020). SWOT ANALISIS DAN MATRIK SWOT ANALISIS DALAM RANGKA PEMASARAN PRODUK PENDANAAN BANK (STUDI PT. BPR RANGKIANG AUR). *Jurnal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi*, 2, 12–27.
- Arifiyani, N., Maulana, L. H., & Samsuri. (2022). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, FACILITIES AND LOCATION ON THE DECISION TO STAY AT GRAHA DINAR HOTEL BOGOR. *Karimah Tauhid*, 1(4), 531–542.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Aryani, D., & Fatmawati, F. (2021). Strategi Marketing Public Relations Butik Zaskia Sungkar Dalam Memasarkan Busana Muslim. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 206–218. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.334>
- Aryanto, A. L. A., & Yulianti, D. T. (2019). Analisis Peningkatan Brand Awareness untuk Sekolah Pelangi Harapan Bangsa dengan Melakukan Pemasaran Online. *Jurnal Strategi*, 1(1), 94–110.
- Astono, A. D. (2021). *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Buku Ajar Perkuliahan* (Widodo, Ed.; 1st ed.). Penerbit Cahya Ghani Recovery.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.

- Asvira, M. Y., & Nurhastuti. (2021). Pembelajaran Jarak Jauh Bagi Anak Tunarungu Pada Masa Pandemi Covid-19 di SLB Al Azhar Bukittinggi. *Jurnal Penelitian Pendidikan Kebutuhan Khusus*, 9(1), 97–104.
- Atikah, N., Novandriani, N., & Moeliono, K. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM (STUDI KASUS: RESTORAN RAMEN ABOY). *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 88, 88–99.
- Aulia Agustina, N., Sumowo, S., & Wijyantini, B. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCTS, BRAND IMAGES, AND PRICES ON PURCHASE DECISIONS). *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 186–196.
- Az Zahra, A. F., Wahyudin, W., & Nugraha, B. (2021). The Implementation of the Strategy of Marketing Management through a SWOT Analysis with the Matrix of IFE, EFE and IE. *Serambi Engineering*, VI(2), 1721–1729.
- Azaluddin, A., & Jamdia, J. (2022). Marketing Strategy Analysis Using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) to Increase Sales Furniture. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 566–578. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i2.2236>
- Azizah, S., Susilawati, T., Hartono, B., Rosyidi, D., Ciptadi, G., Muharlien, Ningsih, U. W., Natsir, M. H., Kuswati, Surjowardojo, P., & Utami, H. D. (2022). *Metodologi Penelitian dan Karya Ilmiah Ilmu Peternakan* (1st ed.). Universitas Brawijaya Press UB Press.
- Azzahro, C. F., & Prayuga, L. V. (2022). ANALISIS POTENSI PENDAPATAN PELAKU UMKM DI DESA TRITIH WETAN PASCA PANDEMI. *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 5(2), 162–174.
- BisnisID. (2021, January 22). *Kontribusi PDB UMKM Tahun Ini Diprediksi Turun Hingga 4 Persen*.
- Boston Consulting Group, & Telkom Indonesia. (2022). *Powering Up a Post-Pandemic Rebound for MSMEs through Digital Transformation*.

- Bukusu, I. N., Suherman, & Kurnianti, D. (2022). Pengaruh Utang terhadap Kinerja Perusahaan Dimoderasi oleh Kepemilikan Institusional. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 809–822.
- Cahyanti, N. L. E. M., Sugianingrat, IAP. W., & Gede, I. K. (2022). Pengaruh Hard Skill dan Soft Skill terhadap Kinerja Karyawan pada Hotel Dedary Kriyamaha Ubud. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1), 57–63.
- Caroline, Pamujdi, T., & Abdul, S. (2018). UPAYA PENGEMBANGAN INVESTASI IKM BORDIR DALAM MENINGKATKAN PAD KABUPATEN DEMAK. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(2).
- Cassell, C., Cunliffe, A. L., Grandy, G., Su, N., Gephart, R. P., Simpson, B., Wharerata Writing Group, Benozzo, A., Azorin-Molina, J. F., Weston, A., Imas, J. M., Harding, N., Schneider, B., Kayseas, B., Tomkins, L., Eatough, V., Vincent, S., O'Mahoney, J., Whittle, A., ... Pritchard, K. (2018). *Qualitative Business and Management Research Methods* (C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy, Eds.). SAGE Publications.
- Chandra, Z. A. P., & Ariyanti, M. (2021). Strategi Pemasaran Pada Rumah Susun BP Batam. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 5(2), 123–130.
- Databoks. (2021). *Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia (2015-2019)*.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Dayat, M. (2019). STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALAM MEREbut CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–318.
- Dewi, H. R., Zein, A., Subariah, R., Asriani, Wismayanti, Y. F., Arifin, Eriana, E. S., Rinaldi, K., Kholisoh, L., & Ansyah, R. H. A. (2023). *Konsep Dasar Metodologi Penelitian* (I. P. Kusuma, Ed.). Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Dewi, L. K. C., Mustika, I. K., Antari, N. L. S., & Ariawan, P. E. (2022). JINGLE DAN TAGLINE IKLAN TELEVISI TERHADAP PURCHASE INTENTION GENERASI MILLENNIAL KOTA DENPASAR MELALUI BRAND

- AWARENESS PRODUK TEH PUCUK. *Journal of Applied Management Studies (JAMMS)*, 4(1), 15–23.
- Dewi, P. K., Safitry, S. E., & Mustoffa, A. F. (2021). PENGGUNAAN APLIKASI KASIR PINTAR DALAM PENCATATAN KEUANGAN (STUDI KASUS UMKM POKLAHSAR WISNA FRESH). *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 1(2), 98–109. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabi>
- Dimas. (2014). *180 Sumber Penghasil Uang*. GUEPEDIA.
- Dimiyati, A. D. P., Wahyudin, & Hamdani. (2022). Marketing Strategy Planning With SWOT Analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) at CV. Dex Media Kreasi. *JSTI Jurnal Sistem Teknik Industri (JSTI)*, 24(1), 2022. <https://doi.org/10.32734/jsti.v24i1.7584>
- Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Jawa Barat. (2022). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*.
- Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya. (2023). *Jumlah UMKM Bordir Kota Tasikmalaya*.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Penerbit Deepublish.
- Eka Ramadhani, S. P., Aditama Supangkat, D., & Febrianita, R. (2022). PEMANFAATAN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM PADA MASA PANDEMI. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat, Volume 3 Nomor 1*, 47–56. <https://doi.org/10.24198/sawala.v3i>
- Farida, N. U. (2018). PENGARUH REPUTASI MEREK, KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP REPURCHASE INTENTION KOPERASI SERBA USAHA (KSU) APIKRI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK KERAJINAN KSU APIKRI YOGYAKARTA). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 18–26. <http://beritasatu.com>
- Fatmawati, A. P., & Al Mumtahanah, A. (2022). PENGARUH BIAYA BAHAN BAKU, BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG, DAN BIAYA OVERHEAD PABRIK TERHADAP HARGA JUAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEL.
LAND JOURNAL, 3(1), 60–68.

Ferrel, O. C., Hartline, M. D., & Hochstein, B. W. (2022). *Marketing Strategy: Text and Cases* (8th ed.). Cengage Learning.

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.). PT.Global Eksekutif Teknologi.

Finthariasari, M., Ekowati, S., Febriansyah, E., & Sandova, A. S. (2020). PENGARUH PROMOSI, STORE ATMOSPHERE, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(1), 20–24.

Fitranto, R., Wahyono, N. D., & Wibisono, Y. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN BUAH MANGGA ARUMANIS 143 PT. TRIGATRA RAJASA SITUBONDO JAWA TIMUR. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(1), 58–68. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.1.58-68>

Giri Persada, A., & Achiria, S. (2022). Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Pemberdayaan UKM Jamaah Masjid berbasis Digital Marketing di Desa Tlogoadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman (Empowerment of SME Congregational Mosques based on Digital Marketing in Tlogoadi Village, Mlati District, Sleman Regency). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.35912/jpm.v3i1.1082>

Goenawan, A. K. (2022). *PAKAR Marketing Framework: 3 Langkah Membangun Bisnis yang Stabil dan Tumbuh Cepat Tanpa Bakar Duit Menggunakan Digital Marketing* (V. H Elsandra, Ed.). PT. Elex Media Komputindo.

Gofur, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 37–44.

Gunawan, K. (2018). Peran Studi Kelayakan Bisnis Dalam Peningkatan UMKM (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 6(2), 101–115.

- Habriyanto. (2019). Analisis Perbandingan Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi Sebelum, Sesaat dan Sesudah Bulan Ramadhan. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 169–182. <https://doi.org/10.21093/at.v4i2.1453>
- Halimah, D., & Juju, U. (2016). Marketing Strategy To Improve Students and Graduates Quality. *Trikonomika: Economic Journal*, 15(2), 89–102.
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora*. Literasi Nusantara.
- Handayani, S., & Antono, M. W. (2018). HUBUNGAN LOKASI DAN PROMOSI DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI PADA PT. GRAHA ESTETIKA PROPERTY BENGKULU. *Management Insight*, 13(2), 50–66.
- Hapsari, M. T. (2020). Strategi Promosi Hapsari Scarf melalui Instagram. *KOMVERSAL: JURNAL KOMUNIKASI UNIVERSAL*, 6(1), 66–88. <https://doi.org/10.38204/komversal.v6i1.497>
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Harahap, A. N., Irmawati, J. E., Tahu, Y. I., Agustin, D. F., & Radianto, D. O. (2022). Perilaku serta Sifat Konsumtif dan Produktif Mahasiswa Baru Manajemen Bisnis Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya di Bulan Ramadan. *Indonesian Journal of Sociology, Education and Development (IJSED)*, 4(1), 14–23. www.fimela.com/fashion/
- Hardy, M. A. (2012). Embroidered Relations in Kutch: Women, Stitching and the Third Space. *Textile Society of America Symposium Proceedings*. <https://digitalcommons.unl.edu/tsaconf>
- Hariaji, G. U., & Iriyanto, S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Value Added : Majalah Ekonomi & Bisnis*, 15(2), 66–88.
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widayawati, S. (2023). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19.

Jurnal IKRATH-ABDIMAS, 6(2), 9–15. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/issue/archive>

Haryani, D. S., & Fauzar, S. (2021). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA UMKM CHACHA FLOWERS. *JURNAL MANAJERIAL DAN BISNIS TANJUNGPINANG*, 4(1), 12–20.

Hasanah, H., Fahmi, R., Utami, W. Y., Qadarsi, J., Hakim, A. R., & Rohman, H. A. (2023). PENERAPAN SISTEM BUDIKDAMBER (IKAN LELE DAN SAYURAN) MELALUI PENDEKATAN HIDROGANIK SEBAGAI STRATEGI UPAYA MEMPERKUAT KETAHANAN PANGAN PASCA PANDEMI COVID-19 DI DESA PASILIAN, KECAMATAN KRONJO, KABUPATEN TANGERANG (IMPLEMENTATION OF THE BUDIKDAMBER SYSTEM (CATFISH AND VEGETABLES) THROUGH HYDROGANIC APPROACH AS A STRATEGY TO STRENGTHEN POST PANDEMI COVID-19 FOOD SECURITY IN PASILIAN VILLAGE, KRONJO DISTRICT, TANGERANG REGENCY). *Abdimas Galuh*, 5(1), 361–369.

Hasibuan, S., & Amela, F. (2019). IMPLEMENTASI QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) DALAM MERENCANAKAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MINUMAN HAPPY BUBBLE DRINK DI KOTA BINJAI. *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 8(1), 26–36.

Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). ANALISIS PENGGUNAAN WHATSAPP BUSINESS UNTUK MENINGKATKAN PERJUALAN DAN KEDEKATAN DENGAN PELANGGAN DI PT SAUNG ANGKLUNG UDJO. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>

Hepy Maharani, S., Rohayati, & Permanasari, L. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Oleh Pelaku Umkm Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19. *BIMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Volume 1 No.1, 15–20. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/JBM>

Herlambang, T., Kesuma, I. D. G. A. W., & Susbiyani, A. (2022). Pengaruh Profesionalisme Pegawai dan Standard Operating Procedure terhadap Kepuasan

- Masyarakat dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANAJEMEN*, 14(1), 153–164. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10849>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (1st ed.). Hidayatul Quran Kuningan.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 1). PT. Grasindo.
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI DIGITAL MARKETING UMKM DI KECAMATAN TEMBALANG SEMARANG. *Abdimasku*, 3(3), 119–124.
- Husnah, Kasim, M. Y., Rossanty, N. P. E., & Talesang, M. (2021). *Strategi dan Kebijakan Investasi Pariwisata* (K. Umbar, Ed.). Publica Indonesia Utama.
- Ibrahim, S., Nurrochmat, D. R., & Maulana, A. (2019). Analysis of Footwear Business Development Strategy using QSPM and SWOT Analysis. *Leather and Footwear Journal*, 19(4), 167–176. <https://doi.org/10.24264/lfj.19.4.1>
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2021). SOSIALISASI PELATIHAN UNTUK MENINGKATKAN PRESTASI KERJA KARYAWAN DI PDAM TIRTANADI CABANG PADANG BULAN MEDAN. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 48–53.
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 1(3), 202–209.
- Indahsari, C. A., Zafirah, A., Ardiansyah, G., & Susanto, A. P. (2021). Instagram dan Kebencanaan: (Analisis Isi Akun Instagram @mdmc.magelang sebagai Media Informasi Kebencanaan di Kabupaten Magelang). *Borobudur Communication Review*, 1(2), 78–86. <https://doi.org/10.31603/bcrev.6372>
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Rachmi, Ed.). PT. Refika Aditama.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Maya, Ed.). CV. Andi Offset (Penerbit ANDI).
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR INDIHOME

GEGERKALONG DI KOTA BANDUNG. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.

Isnati, & Fajriansyah, M. R. (2019). *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori* (1st ed.). Andi Yogyakarta.

Italina, C., & Fakhurrazi. (2019). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN PADA TOKO GROSIR KADAFI COLLECTION DI KOTA SIGLI KABUPATEN PIDIE. *Jurnal Real Riset*, 1(2), 52–60.

Izzalqurny, T. R., Permatasari, F. P., Wulan, G. A. N., & Anitsa, D. (2022). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Strategi Online marketing di Desa Duwet Krajan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 3(2), 138–147. <https://doi.org/10.36596/jpkmi.v3i2.401>

Jamiat, N., & Supyansuri, C. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM Sukapura Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. *ATRABIS: Jurnal Administrasi*, 6(1), 1–15. <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017->

Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224.

Juansah, E., Rahmah, D., & Ardiansah, I. (2020). Identifikasi Proses Bisnis dan Strategi Pengembangan Usaha di UKM Nugini Menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 4(2), 250–257. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.02.3>

Juita, F., Mas'ad, & Arif. (2020). Peran Perempuan Pedagang Sayur Keliling Dalam Menopang Ekonomi Keluarga Pada Masa Pandemi COVID-19 di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Mataram Kota Mataram. *CIVICUS: Pendidikan-Penelitian-Pengabdian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 8(2), 100–107.

Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Mahanani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN*

Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0 (Suwandi, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.

Karim, M. S. A., & Togubu, J. (2022). Penerapan Pencatatan Akuntansi Keuangan Pada UKM Lokal Kota Tidore Kepulauan Berdasarkan Akuntansi Entitas. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 120–128. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>

Kembang, L. P., Mahmud, & Samsumar, L. D. (2021). PENGARUH SOSIAL MEDIA PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN HASIL INDUSTRI KERAJINAN TENUN SONGKET RUMAHAN DI LOMBOK TENGAH. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.524>

Kemkop UKM dalam Dataindonesia.id. (2022). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia (2015-2019)*.

Khasaniyah, S. R., & Muhlisin, S. (2023). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Studi Kasus Pelaku UMKM di Desa Sukajadi Kabupaten Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 943–952.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (S. Wall, Ed.). Pearson Education Limited.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (L. Huddon, Ed.; 16th ed.). Pearson Education Limited.

Kurniawan, A. (2021). Perancangan Desain Cinderamata “Kacapi Indung Sebagai Alternatif Icon Jawa Barat.” *Reka Makna: Jurnal Komunikasi Visual*, 2(1), 65–78.

Kurniawan, F. D., & Budiman, A. (2022). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 pada UMKM Duta Unggas Blitar. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(4), 1175–1187. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v8i4.2761>

Kurniawan, M. L., Kadang, J., & Waluyo, M. (2023). Membangun Strategi Kemitraan Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Aura Bedda Lotong. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(2), 103–111.

- Kusnindar, A. A., & Kohar. (2021). PALUGADA SEBAGAI KONSEP BISNIS UMKM DI MASA PANDEMI. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen (JIEM)*, 12(01), 60–70.
- Kusuma, P. D. I., & Daryono. (2019). Pendampingan UKM Kerajinan Kreatif Berbahan Dasar Kulit. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 24–31.
- Lalamafu, P., & Oratmangun, R. (2021). PENGARUH MESIN PRODUKSI TERHADAP KUALITAS PRODUK TENUN PADA KELOMPOK USAHA AWAYERAS DI KABUPATEN KEPULAUAN TANIMBAR. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(4), 438–447. <http://cerdika.publikasiindonesia.id/index.php/cerdika/index-438->
- Langit, A. A. I. D. S., & Ayuningsari, A. A. K. (2019). PENGARUH LUAS LAHAN, TENAGA KERJA, DAN MODAL TERHADAP PRODUKSI USAHA TANI JERUK. *E-Jurnal EP Unud*, 8(8), 1757–1788.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). PENGARUH INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA ELZATTA HIJAB GARUT). *PRISMAKOM: Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 33–38.
- Lestari, R., Digidowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP TINGKAT PENJUALAN MELALUI DIGITAL MARKETING UMKM INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI KECAMATAN PANCORAN JAKARTA SELATAN SAAT PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2947–2965.
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Hournal*, 2(1), 38–48.
- Limanseto, H. (2022, October 1). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan->

- PROVINSI JAWA TIMUR. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 4(2), 83–93.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif* (Suraya, F. Hamid, & E. Bassar, Eds.; 1st ed.). Prenadamedia Group.
- Mujiastuti, R., Latifah, R., & Hendra. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi. *JURNAL ILMIAH FIFO, Volume XI/No.1*, 52–64.
- Mulyani, Y., Kholifah, N., Saputro, I. N., Gusti Agung Gede Witarsana, I., & Wurarah, R. N. (2022). STRATEGIES FOR VILLAGE TOURISM DEVELOPMENT IN COASTAL DURING COVID-19: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 887–894. <https://doi.org/10.30892/gtg.43307-901>
- Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., Triyani CH, Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, Sari, R. K., & Sihombing, C. M. (2022). *Manajemen Pemasaran* (M. Sari, Ed.; Vol. 1). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Muslih, M., & Mulyaningtyas, C. T. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Kompetisi dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Risiko Perusahaan. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 179–188. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.17303>
- Mustafa. (2020). Rancang Bangun Sistem Kolaborasi UKM Berdasarkan Manajemen Rantai Pasok untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Kota Semarang. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 93–104. <https://doi.org/10.21580/wjit.2020.2.2.5824>
- Mustaqim, N., Asnawi, Y. H., & Asmara, A. (2021). Analysis of Cutting Tool Business Development Strategies PT.JKL. *International Journal of Scientific Research in Science, Engineering and Technology*, 8(4), 106–113. <https://doi.org/10.32628/ijrsrset2183212>
- Mutiah, T., Shinta, M. R., & Muharam, F. (2021). Instagram sebagai Cyber Public Relation di Era 4.0. *JURNAL PUBLIC RELATIONS-JPR*, 2(2), 131–136.

- Muzakir, M., Imtihan, Lubis, H., & Waruwu, K. (2022). Service Delivery Dan Potongan Harga (Discount) Service Delivery Dan Potongan Harga (Discount) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Nutri Inti Prima Perkasa Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(2), 635–645. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.467>
- Naruliza, E., & Suseona, R. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA DI KOTA PALEMBANG. *JEMASI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 97–108.
- Nasih, M., Susanto, O. M., Fanshury, A. R., & Hermawan, S. (2020). INFLUENCER DAN STRATEGI PENJUALAN: STUDI ETNOGRAFI PADA PENGGUNA JASA SELEBGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 135–144.
- Nasution, M. I., Wirasari, I., & Arumsari, A. (2022). Kajian Brand Fashion Wanita Lokal Di Kota Bandung (Studi Kasus: Calla The Label dan Halona). *PERSPEKTIF*, 11(4), 1501–1510. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i4.7968>
- Nensi, G. R., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Simcard Axis di Kota Padang. *Jurnal EcoGen*, 2(4), 822–831.
- Nopianto, A., & Paningrum, D. (2014). PENGEMBANGAN LABORATORIUM BISNIS MELALUI SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan (JEBISKWU)*, 3(2), 52–72.
- Normansyah, E. H., Latifah, N., & Wardani, S. I. (2022). PENYUSUNAN JURNAL MENGGUNAKAN GOOGLE SHEET PADA USAHA MIE CRUWELL WLINGI. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 3(2), 42–60. <https://doi.org/10.46510/jami.v3i2.117>
- Norrahmiati, & Elena, S. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Penjualan pada Zafa Thai Tea Bumimas Banjarmasin. *SURPLUS: JURNAL EKONOMIDANBISNIS*, 1(1), 82–103.
- Novandalina, A., Khajar, I., Ghoniyah, N., Nurhidayati, S., Wuryanti, Raharjo, T. B., Asyhari, Wuryanti, Nuswantoro, Zulfa, M., Sulistyono, H., Wibowo, M. A.,

- Widodo, Adriyanto, A. T., Nurhidayati, Fachrunnisa, O., Setyawulan, E. S., Sodikin, M., Nurdiana, E., ... Widiyanto. (2023). *GRAND THEORY MODEL 2* (Wododo & Dasmadi, Eds.). Penerbit Lakeisha.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan KuaLitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212.
- Novrianda, H. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN(Studi Kasus Pada Konsumen Industry/ Toko Bakery di Kota Bengkulu). *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 71–85. www.jsm-synergy.com
- Nur Amalia, R., Setia Dianingati, R., & Annisaa, E. (2022). PENGARUH JUMLAH RESPONDEN TERHADAP HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PENGETAHUAN DAN PERILAKU SWAMEDIKASI. *Generics : Journal of Research in Pharmacy Accepted : 4 Mei*, 2(1).
- Nur Aziz, T., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). Strategi Marketing Pada CV. Kembar Jaya Kreatif Dengan Memanfaatkan Analisis SWOT Serta QSPM. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 4(2).
- Nurairin, D. A., & Orgianus, Y. (2022). Perbaikan Strategi Pengembangan Perusahaan dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Jurnal Riset Teknik Industri (JRTI)*, 2(2), 161–170. <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1335>
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(1), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i01>
- Pancawati, N. L. P. A. (2020). PENGARUH UTANG PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PT. ASTRA AGRO LESTARI Tbk. *Media Bina Ilmiah*, 14(9), 3249–3260.
- Pasaribu, R. D., Inzaghi, Z., & Sutjipto, M. R. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot dan QSPM (Studi Kasus Pada Perusahaan Keluarga

- PT. Susu KPBS Pangalengan). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2162. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1810>
- Pebriyanti, N. K. L., Hartati, P. S., & Abiyoga VS, N. A. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1), 73–81.
- Permadi, R. N., Sari, M. R., & Prawitasari, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(01), 15–29.
- Prabowo, E. S., & Wiratno, E. (2019). Analisis Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, 2(1), 81–92.
- Pradana, R. M., Suyono, Makkiyah, F., Nudiya, A., & Fitriyanti, E. (2022). PELATIHAN PELAYANAN PRIMA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PADA PEGAWAI VOKASI DI UNIVERSITAS X. *ABIMANYU: Journal of Community Engagement*, 3(1), 11–18.
- Pradwika, D. F., & Sudharto, H. P. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-commerce Zalora.co.id (Studi Kasus pada Konsumen di Kota Jakarta). *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 1–8.
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LIPAT DI KOTA SEMARANG. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://iprice.co.id/>
- Pranita, D., Sule, E. T., Kartini, D., & Kaltum, U. (2022). *CO-CREATION MODEL FOR COMPETITIVE MARINE TOURISM DESTINATION / MODEL KREASI BERSAMA PADA DESTINASI WISATA BAHARI*. Pascal Books.
- Pratama, F. A., & Marshela, F. (2018). SISTEM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI MELALUI PENDEKATAN VARIABLE COSTING PADA MEGA ALUMINIUM CIREBON. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1), 96–113.

- Pratiwi, C. P., & Gunarto, M. (2021). Optimizing ISO 9001: 2015 Implementation with Swot and QSPM Method. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2021.v15.i01.p12>
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Priyanto, W., & Ariyanti, M. (2018). ANALYSIS OF VIDEO MARKET PLACE (VMP) MARKETING STRATEGY TO ACHIEVE CUSTOMER-BASED TARGET OF XYZ. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 7(3). www.ajssh.com.
- Pudjowati, J., Mas'adah, Wahyuni, S. T., Pudjiastuti, N., & Inayah, N. L. (2023). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KREATIF ASESORIS “CANTIK” UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN USAHA SEMASA PANDEMI PADA EVENT JATIM FAIR. *Communnity Development Journal*, 4(2), 2519–2524.
- Purwaningtyas, D. M. (2021). HUBUNGAN PENERANGAN DI TEMPAT KERJA DAN KARAKTERISTIK PEKERJA DENGAN KELUHAN KELELAHAN MATA PADA PENJAHIT BORDIR DI CV.X BANGIL-PASURUAN. *MTPH Journal*, 5(1), 33–46.
- Purwannia, V. A., & Nirawati, L. (2023). Analisis Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Bisnis pada Home Industri Eceng Gondok Wiwit Collection @Witrove_ Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5, 207. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v5i1.1403>
- Purwantinah, A. (2021). *Pengelolaan Bisnis Ritel SMK/MAK Kelas XII*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Purwanto, B. M. (2022). PENGEMBANGAN KAIN KHAS KABUPATEN MUSI BANYUASIN SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL. *Jurnal Pariwisata Darussalam (JPD)*, 1(2), 2807–8314.
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., Darwin, Badi'ah, A., Sayekti, S. P., Fadlilah, M., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Tondok, S. B., Prisusanti, R. D., & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (A. Munandar, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.

- Putra, I. N. T. A., Kartini, K. S., & Dewi, L. G. K. (2019). Sentuhan Digital Bisnis (Teknologi Informasi) pada UMKM Studi Kasus: Pemasaran Produk Adi Upakara. *International Journal of Natural Sciences and Engineering*, 3(2), 79–84.
- Putri, C., Sari, S. M., & Suryanata, L. (2019). Perancangan Interior Offline Store Penyewaan Produk Fashion Ready-to-Wear Dresscodes di Surabaya. *JURNAL INTRA*, 7(2), 307–316.
- Putri, E. N., Susanti, R., & Lamidi. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKET PLACE SHOPEE. *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 22(1), 29–36.
- Putri, T. A., & Hardi, E. (2022). Industri Bordir W&R di Nagari Cupak Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok (1980-2022). *Jurnal Kronologi*, 4(3), 93–105.
- Putro, S. E., Noordiana, N. R., Mardianto, T., Indriawati, A., Khasanaturrohman, S., & Yosua, Y. A. (2023). Bangkit Lebih Cepat: Melalui Program Pendampingan SDM dan Perencanaan Usaha Dengan Memanfaatkan Aplikasi Marketplace di Masa Pasca Pandemi Covid-19 pada Toko Sembako “Winda Jaya” Surabaya. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 1–8.
- Rahayu, R. O. C., & Mulyaningih, H. D. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Dukungan Influencer terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Fashion. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 136–145. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.544>
- Rahmawati, D., & Nani, D. A. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN TINGKAT HUTANG TERHADAP TAX AVOIDANCE (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE TAHUN 2016-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (JAK)*, 26(1), 1–11. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.246>
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). PENGARUH CUSTOMER REATIONSHIP MANAGEMET DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SEPEDA MOTOR YAMAHA (Studi pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102–115.

- Rahmayani, M. W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 131–140. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.1428>
- Ramadani, S. P., Mirzanti, I. R., & Sjarif, R. S. (2023). Proposed Marketing Strategy to Increase Sales (Study Case: Ouromatica Fragrance). *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(7), 4109–4117. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i7-25>
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Mahardika, Ed.). PT. Gramedia.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rapatata. (2014). *Top 50 Bisnis Kuliner Unik Super Kreatif*. PENEBAR PLUS+.
- Rasid, Z., Tewal, B., & Kojo, C. (2018). PENGARUH HARD SKILL DAN SOFT SKILL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PERUM DAMRI MANADO (THE IMPACT OF HARD SKILL AND SOFT SKILL ON EMPLOYEE PERFORMANCE OF PERUM DAMRI MANADO). *Jurnal EMBA*, 6(2), 1008–1017.
- Riduwan, A., & Prasetyo, A. F. (2020). ANALISIS PROFITABILITAS USAHA TERNAK BROILER PADA SKALA YANG BERBEDA DI KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER (Analysis Profitability of Broiler Livestock Business at Different Scales in Sukowono District Jember Regency). *JURNAL ILMIAH PETERNAKAN TERPADU*, 8(1), 1–6.
- Rismayani, R., & Perdana Sari, I. (2019). Analysis of Business Strategy in Furniture Company. *Article in International Journal of Science and Research*, 8(6). <https://www.researchgate.net/publication/334248520>
- Riswati, R., Nawawi, Z. M., & Ramadhani, S. (2022). Pengaruh Giveaway, Price Discount, dan Reseller terhadap Peningkatan Penjualan Ms.Glow Mabella, Kisaran. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 595–604.

- Riyanto, J. (2018). Pengembangan Strategi Pengelolaan Sanggar Srengenge Mas Bantul. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 4(1), 49–62.
- Rizki, C. (2023). PENGGUNAAN APLIKASI “KASIR PINTAR ”DALAM PENCATATAN KEUANGAN SEBAGAI MEDIA DIGITAL PADA UMKM. *Abdimajurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3588–3594.
- Rizqi, V. P., & Maeliah, M. (2020). EKSPLORASI BORDIR MOTIF BUNGA SEBAGAI DECORATIVE TRIMS PADA BUSANA PESTA. *JURNAL DA MODA*, 2(1), 1–6. <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/damoda>
- Rohma, I. F. N. (2022). PARIASEBAGAI SUMBER IDE MOTIF BORDIR PADA BUSANA PESTA. *Journal of Fashion and Textile Design Unesa*, 3, 30–38.
- Rokhmah, B. E., & Yahya, I. (2020). TANTANGAN, KENDALA, DAN KESIAPAN PEMASARAN ONLINE UMKM DI DESA NGLERAK, KECAMATAN TAWANGMANGU, KABUPATEN SUKOHARJO. *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 20–31.
- Romeo, M., & Kumar, S. (2022). *How To Become a Digital Marketer*. Shootup Media.
- Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(2), 134–152.
- Rubihanto, A., Ismiyah, E., & Jufriyanto, Moh. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Pendekatan Analisis Swot Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus : Restoran Kimochi Eatery Gresik). *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 19(2), 234–240.
- Safitri, H., & Setiaji, K. (2018). PENGARUH MODAL USAHA DAN KARAKTERISTIK WIRAUSAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO DAN KECIL DI DESA KEDUNGLEPER KECAMATAN BANGSRI KABUPATEN JEPARA. *Economic Education Analysis Journal (EEAJ)*, 7(2), 792–800. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Safitri, S., Nuraini, D., Wijaya, D., & Hermawan, D. (2023). POLA KOMUNIKASI INTERNAL ORGANISASI SMK AMALIAH 1 CIAWI DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN KEPADA PESERTA DIDIK. *Karimah Tauhid*, 2(1), 16–25.

- Saihudin. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Gianto, Ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Salah, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Sobirin, Ed.). CV. Sah Media.
- Salsyabila, S. R., Pradipta, A. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(1), 37–46. www.iprice.co.id
- Santoso, I. B., & Atmoko, T. P. H. (2019). MEMBANGUN DESA WISATA BATIK SEBAGAI DAYA TARIK WISATA. *Media Wisata*, 17(2). <https://doi.org/10.36276/mws/v17i2>
- Sany, D. S., & Zikri, F. (2021). Perancangan Skenario Adaptif untuk Reward pada Gamifikasi Reseller Penjualan Daring menggunakan Finite State Machine. *Media Jurnal Informatika*, 13(1), 12–16. <http://jurnal.unsur.ac.id/mjinformatika>
- Saputri, N. A. (2021). Readiness of SMEs on Digital Payment for Business Sustainability. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 140–144. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1079>
- Sari, D. I., & Wiraswati, M. O. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada UMKM Dua Putri Beton. *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 81–91.
- Sari, W. P., Astuti, A., & Suherman. (2022). ANALISIS PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK BAHAN BAKU TERHADAP KINERJA UMKM KERIPIK SINGKONG DI KOTA CILEGON. *JPPM: Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 44–55.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA PT. ASTRAGRAPHIA MEDAN. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Saryati, R., Sandria, W., & Yuvanda, S. (2020). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Rilexindo Auto Accessories. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 185–191. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.179>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (D. A. Halim & A. N. Hanifah, Eds.; 6th ed.). Salemba Empat.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). PENGARUH LOKASI, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PERUMAHAN KAWANUA EMERALD CITY MANADO (THE INFLUENCE OF LOCATION, PROMOTION AND PRICE PERCEPTION TO CONSUMER PURCHASE ON KAWANUA EMERALD CITY MANADO HOUSING). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Sepliria, D. G., & Indrawati, I. (2022). Digital Marketing Communication in Improving Consumer Purchase Decisions During the Covid-19 Pandemic. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(3), 588–596. <https://doi.org/10.29210/020221621>
- Setiawan, F., & Saefulloh, A. (2019). KOLABORASI YANG DILAKSANAKAN DI KAWASAN WISATA DERMAGA KERENG BANGKIRAI KOTA PALANGKA RAYA. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 10(2), 71–80.
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59–65. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Setyorini, H., Effendi, ud, & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sholeh, Q. N., Syarief, R., Suwandi, R., & Hidayat, T. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Olahan Ikan Beku di PT XYZ. *Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia*, 25(2), 226–234. <https://doi.org/10.17844/jphpi.v25i2.38833>
- Silalahi, E. M. (2021). *Buku Referensi Intellectual Capital Improve Your Employee Productivity And Performance*. Deepublish.

- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PENINGKATAN BISNIS ONLINE. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71–75. <https://doi.org/10.30606/hjimb>
- Siregar, O. M., & Nasution, M. D. T. P. (2023). *Revolutionizing Marketing: Strategi Inovatif Bisnis Modern* (L. Marhamah, Ed.; Vol. 1). Mitra Cendekia Media.
- Sofariah, N. Y., & Maeliah, M. (2022). Penerapan Aplikasi Bordir pada Busana Pesta. *JURNAL TEKNOLOGI BUSANA DAN BOGA (TEKNOBUGA)*, 10(1), 1–6. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/teknobuga/index>
- Solehah, F. F., & Hidayat, D. (2022). PENGALAMAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG MELAKUKAN BELANJA PERSIAPAN LEBARAN DI TAHUN KEDUA PANDEMI. *JOURNAL OF DIGITAL COMMUNICATION AND DESIGN (JDCODE)*, 1(2), 103–109.
- Sovia Pramudita, A. (2019). PENGARUH INSIGHT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENJUALAN PRODUK ONLINE. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Volume 10 Nomor 1*.
- Subakti, A. G. (2022). Pengaruh Menu Knowledge Pramusaji Terhadap Keterampilan Personal Selling Di Restoran Cinnamon, Hotel Mandarin Oriental Jakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 39–52. <https://doi.org/10.17509/jithor.v5i>
- Sudiro, A., & Putri, O. A. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (K. Ahmad & V. R. Ananda, Eds.). PT. Bumi Aksara.
- Sudirwo, Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.35130/jrimk>
- Sugiat, M., Primiana, I., Kaltum, U., & Herwany, A. (2020). Innovative Marketing of Emerging Moslem Fashion in the Province of West Java Indonesia. *Journal of Sustainability Science and Management*, 15(5), 165–173. <https://doi.org/10.46754/JSSM.2020.07.014>

- Suginam, S. (2022). Analisis Transformasi Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan UKM Di Masa Pandemi Covid 19. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, Vol 4, No 1, 155–161.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)* (A. Nuryanto, Ed.; 3rd ed.). Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. ALFABETA, cv.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41–54. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Surahman, B., Fatma, M., Basyirah, & Erna. (2021). PENGARUH PROSES (PROCESS) DAN FISIK (PHYSICAL EVIDENCE) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SULTAN MARKET SIMPANG BALEK KECAMATAN WIH PESAM BENER MERIAH. *INTELEKTIVA: JURNALEKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 2(11), 103–118.
- Suryadi, D. (2020). SERVICE QUALITY IN CASE: KEGAGALAN LAYANAN (SERVICE FAILURE)PERBANKAN SYARIAH DAN STRATEGI PEMULIHAN LAYANAN (SERVICE RECOVERY). *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21(1), 83–105.
- Susanti, N. K. D., Susanti, P. H., & Suputra, G. A. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Badung. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 144–163.
- Syaifudin, M., Salim Dahda, S., & Ismiyah, E. (2021). USULAN STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK TAS RANSEL DI UKM UD.RISLIN DENGAN METODE SWOT DAN QSPM. *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 2(4).
- Syarif, M., & Nugraha, W. (2020). PEMODELAN DIAGRAM UML SISTEM PEMBAYARAN TUNAI PADA TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 4(1), 64–70.

- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada Kencana.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). PERKEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI INDONESIA. *Jurnal Al Qardh*, 4, 60–75.
- Tenrisanna, V., & Asnawi, A. (2019). IDENTIFIKASI NICHE MARKETING PRODUK JEROAN SAPI DI INDONESIA (NICHE MARKETING IDENTIFICATION FOR BEEF OFFAL PRODUCTS IN INDONESIA). *Agrokompleks*, 19(1), 27–33.
- Tika, D. R. S., Nurhasanah, F., Nurliyana, Andisfa, R., & Putri, A. M. (2021). Strategi Pemasaran PT. Ultrajaya Milik Industry & Trading Company Tbk. Dengan Analisis Swot. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2896–2903.
- Tim Aksara Plus. (2013). *Top 50 Bisnis Super Laris Paling Dicari*. Penebar PLUS+.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono, Ed.). CV. Andi Offset.
- Tuginem, & Trisiyani, R. (2021). *Otomatisasi Tata Kelola Humas dan Keprotokolan SMK/MAK Kelas XI*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Tumini, Hendra, J., & Ranjanis, S. (2021). Pengaruh Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Sepeda Motor Matic di Kota Probolinggo). *ECOBUSS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 87–94.
- Ulfatin, N. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan: Teori Dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative.
- Uskara, A. (2021). *UMKM adalah Kunci*. Rakyat Merdeka Books.
- Usman, U., & Juliyani. (2018). PENGARUH LUAS LAHAN, PUPUK DAN JUMLAH TENAGA KERJA TERHADAP PRODUKSI PADI GAMPONG MATANG BALOI. *Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal*, 1(1), 31–39.
- Utami, R., & Fauzi, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *JURNAL JAMAN (Akuntansi Dan Manajemen Bisnis)*, 3(1), 90–94.
- Vachel, J., & Radianto, W. E. D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA JUS BUAH DEPOT SALMON DI SURABAYA. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 4(5), 700–707.
- Valencia, D., & Layman, C. V. (2021). E-WALLET SERVICE INNOVATION, SERVICE DELIVERY, AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY WITHIN SHOPEEPAY IN INDONESIA. *ULTIMA Management*, 13(1), 23–46.
- Veren Estefany, N., & Nur Latifah, F. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. In *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* (Vol. 5, Issue 1).
- Wahidah, N. R. (2019). ANALISIS METODE PERHITUNGAN PPH 21 GAJI PEGAWAI TETAP TERHADAP LABA PADA PT. ABC. *JURNAL ILMIAH ILMU SEKRETARI/ADMINISTRASI PERKANTORAN*, 6(2), 131–166.
- Wahyujatmiko, S., & Hadi, I. Y. (2018). MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE MAKARONI HUHHAH YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(2), 100–120.
- Wahyuningsih, D. W. (2019). PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MOTOR YAMAHA N-MAX DI WONOGIRI. *Edunomika*, 3(2), 407–414.
- Wardana, I. M., Sukaatmadja, I. P. G., & Setini, M. (2022). Formulation of Business Strategies to Improve Business Performance by SWOT and SQSPM Approach in Era Pandemic: A Study on Culinary MSMEs. *Quality - Access to Success*, 23(188), 47–55. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.07>
- Wardani, I., & Dewi, T. R. (2018). PENGEMBANGAN UMKM BATIK WARNA ALAM KAMPUNG BATIK LAWEYAN SURAKARTA. *AGRONOMIKA*, 13(1), 214–217. www.journal.uniba.ac.id
- Wardhani, F. K., & Dini, A. (2020). Strategy Formulation Using SWOT Analysis, SPACE Matrix And QSPM: A Conceptual Framework. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(5). www.ijisrt.com

- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *JURNAL AKUNTANSI, MANAJEMEN DAN EKONOMI (JAMANE)*, 1(2), 286–294. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i2.46>
- Wibawa, B. M., Rahmawati, Y., & Rainaldo, M. (2018). Analisis Industri Bisnis Jasa Online Ride Sharing di Indonesia. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 9–20. <https://doi.org/10.15408/ess.v8i1.5739>
- Wibawa, R. P., & Anggitaria, N. R. (2020a). KONTRIBUSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM MENGURANGI TINGKAT PENGANGGURAN. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 15–25. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>
- Wibawa, R. P., & Anggitaria, N. R. (2020b). KONTRIBUSI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DALAM MENGURANGI TINGKAT PENGANGGURAN. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 15–25. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/equilibriapendidikan>
- Wicaksono, B., & Andry, J. F. (2020). Perancangan Arsitektur Bisnis Pada Industri Aluminium Foil Menggunakan TOGAF. *IT Journal Research and Development*, 5(1), 98–108. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol5\(1\).4755](https://doi.org/10.25299/itjrd.2020.vol5(1).4755)
- Widiyarini, & Hunusalela, Z. F. (2019). PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN QSPM DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PT PRIMAVISTA SOLUSI. *Journal of Applied Business and Economic*, 5(4), 384–397.
- Widodo, J. C., & Salman. (2023). Pengaruh Komunikasi Internal terhadap Motivasi Kerja Pegawai. *Kalbisocio: Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 10(2), 88–98.
- Widyaningtyas, S., Fatma Nanda, R., & Hariyadi, S. (2022). Strategi Pemasaran Coffeeshop Boy's Selama Pandemi Covid-19 dengan Menggunakan Analisis SWOT. *Jurnal Social Economic of Agriculture*, 11(1), 12–19. <https://doi.org/10.26418/j.sea.v10i2.56472>
- Wijaya, M. D., Indraningrat, A. A. G., & Idawati, I. A. A. (2023). Edukasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) dan Pelatihan Pasar Modal pada Sekaa Teruna Widya Bhakti Banjar Pegok, Kelurahan Sesetan, Denpasar Selatan. *Warmadewa Minesterium Medical Journal*, 2(2), 86–90.

- Wijayanti, A., Widyaningsih, H., Yulianto, A., & Hadi, W. (2020). Pelatihan Sadar Wisata Dan Sapta Pesona Bagi Masyarakat Desa Sidomulyo, Pengasih, Kulon Progo. *ResonaJurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 58–68.
- Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. Quadrant.
- Wijayanti, V. D., & Wibowo, T. S. (2021). PENGARUH HARD SKILL DAN SOFT SKILL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KANTOR PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) GIRI TIRTA KABUPATEN GRESIK. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 279–286.
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). *Digital Economy dan Pemasaran Era New Normal* (T. A. Marlin, Ed.). CV. INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- Willan, M. (2021). *The Essentials of Contemporary Marketing*. Bloomsbury Publishing.
- Wirawan, N. G. D., & Indrajaya, I. G. B. (2019). PENGARUH MODAL DAN TENAGA KERJA TERHADAP PRODUKSI DAN PENDAPATAN PADA UKM PIE SUSU DI DENPASAR. *E-Jurnal EP Unud*, 8(2), 453–485.
- Wulansari, Fauziyah, D., Hidayat, T., Ramasiah, S., Prehanto, A., & Nuryadin, A. (2022). PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI KOTA TASIKMALAYA PADA ERA DIGITAL. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(2), 122–129.
- Yolla Bordir. (2023). *Omsset Yolla Bordir 2012-2022*.
- Yubilanti, L. S., Perdana, T., Rochdiani, D., & Judawinata, G. (2023). ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM USAHA MODERN FUSION TEA DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Menantea di Kota Bandung). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 308–321.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2023). Strategi Bisnis Pada Industri Hilir Plastik Melalui Pendekatan Internal External Matrix-IE Matrix (Studi kasus : PT Cemerlang Utama Plastik). *JURNAL IKRATH-EKONOMIKA*, 6(2), 231–244. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Yuwita, N., & Hasyim, M. (2018). PANCASILA DALAM KONSTRUKSI PEMIKIRAN TEOLOGI PESANTREN DENGAN PENDEKATAN MODEL

(COORDINATED MANAGEMENT OF MEANING-CMM). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 70–78.

Zaki, A., Purwanto, B.M., Sugiyanto, C., Fatmawati, D., Sulistyningrum, E., Bastian, I., Hartono, J., Saputro, J. A., Sholihin, M., Hanafi, M. M., Kuncoro, M., Sivilokonom, N. I., Winardi, R. D., Rostiani, R., Nastiti., Rr. T., Suyanto, & Ciptono, S. W. (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data* (J. Hartono, Ed.). Penerbit ANDI.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Zia, H. K., Semiarty, R., & Lita, R. P. (2018). ANALISIS SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT BAITURRAHMAH PADANG. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 7, 6–11.
<http://jurnal.fk.unand.ac.id>

Zulaika, Z., Zulfadhli, & Suraiya, N. (2022). KONTRIBUSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DI COFFEE GAMPONG PEUNITI BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi (JIMPE)*, 4(1), 1–4.

Zulganef. (2018). *Metode Penelitian Bisnis dan Manajemen* (Rachmi, Ed.). PT. Refika Aditama.