

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, V. B. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tikar Dengan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion), AHP (Analytical Hierarchy Process) Dan Topsis di CV. Xyz. *JUMINTEN*, 2(3), 167–178.
- Arifin, T. F. N., Sugianto, S., & Aisyah, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Di Desa Air Teluk Kiri Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Asahan. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(2), 120–126.
- Beu, N. S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering Pada UMKM Toko 48 Pasar Bersehati Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1530–1538.
- Hariyanto, D. S. (2025). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dengan Variabel Strategi Marketing Mix 4P Terhadap Penjualan Produk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada UD. SHARON KASIH BANYUWANGI. *J-Tekun (Jurnal Teknik Untag)*, 1(1).
- Kartawaria, J. R., & Normansah, A. C. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up. *KOMUNIKATA57*, 4(1), 21–29.
- Lesmana, R. (2019). Analisis Strategi Bersaing PT Dwi Perkasa Mobiltama Pamulang untuk Meningkatkan Penjualan. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(4), 1–12.
- Lingga, R. I., & Syafitri, A. (2024). Dampak Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Karyatama Lubuklinggau. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 7(1), 198–204.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79–86.
- Prayuda, S. E., & Ruwana, I. (2024). Analisis Sistem Pemasaran Menggunakan Metode Marketing Mix 4P Dalam Mempengaruhi Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Konveksi Semut Geni Mojokerto). *Jurnal Valtech*, 7(1), 20–25.

- Puthussery, A. (2020). *Digital Marketing: An Overview*.
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277–281.
- Rosyida, A., Heriyani, T., Fuadi, I., & Dinia, H. (2020). Strategy Segmenting, Targeting, Dan Positioning: Study on PT Sidomuncul. *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1), 51–75.
- Salsabila, A. A., & Widaningsih, S. (2022). Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dan Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion) Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM Kelompok Tani Hutan Samber Pada Produk Kripik Jamur Mallawa). *EProceedings of Applied Science*, 8(5).
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96.
- Sulistyo, A. B., Alwiuni, A., Anita Dyah, J., & Hidayanti, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan 4P Pada Keramik (Study kasus: PT. Sahabat Keramik Anugerah). *Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 210.