

DAFTAR PUSTAKA

- Aghniya, F. U., & Komala, A. R. (2022). Lebarakan Sayap Penjualan Melalui Marketplace. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(1), 110–118. <https://doi.org/10.34010/jemba.v2i1.7494>
- Alisya, N. F. (2023). Strategi Adaptasi Pedagang Pakaian Konvensional Dalam Mempertahankan Kelangsungan Usaha Di Pasar Tradisional Tegal Besar Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(2), 22–30. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i2.18782>
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Budiman, J., & Steven, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelanggan PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Pontianak. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 94. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.12263>
- Elliyana, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran ELA ELLIYANA LIDIANA TRI SIWI AGUSTINA YENI SEDYONINGSIH HABIBIE KADIR ABDUROHIM BAYU IMANUDDIN E. ELIA ARDYAN YULIANI LILI MARLINAH H. MOHDARI H. GAZALI FEBRISI DWITA SISWATI RACHMAN NIA KURNIATI BACHTIAR* Penerbit: AHLIMEDIA PRESS (Vol. 1). www.ahlimediapress.com
- Farkhah, M. S., & Joshi Maharani Wibowo. (2023). Currently Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro dan Menengah pada Era Digital di Kota Probolinggo. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 15(1), 104–115. <https://doi.org/10.37151/jsma.v15i1.121>
- Febriani, D., Ramdhani, F., Michael, H., & Sinabutar, J. (2023). Strategi Bertahan Pedagang Konvensional Di Tengah Perkembangan Online Shop (Studi Kasus Pedagang Konvensional Di Pasar Belinyu). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(5), 50–60.
- Hardani, Andriani, Ustiawati, & Sukmana. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). CV. Pusaka Ilmu Group.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*. 6(3), 53–54.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2019). *Marketing : an introduction, 13th global ed. February*, 669.
- Laksono, A., Azhad, M. N., Reskiputri, T. D., Jember, U. M., & Pemasaran, S. (2023). *Penentuan strategi pemasaran pada café herdacake puger menggunakan analisis swot*. 5(1), 202–216.
- Lubis, Z., Mauladi, K. F., & Irawan, M. R. N. (2020). PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MENGADAPI PERSAINGAN (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo). *Media Mahardhika*, 19(1), 59–70. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i1.197>

- Nofitra, M. I., Manggabarani, A. S., & Astuti, M. (2023). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Konvensional dan Digital dari Pedagang Pakaian Pasar Poncol Jakarta Pusat pada Masa Pandemi COVID-19. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1555–1562. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1616>
- Philip, K., & Hermawan, K. (2016). *Marketing 4.0.Pdf* (p. 338).
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Prawiranata, A., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2016). PENGARUH KERAMAHTAMAHAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 32(1), 114–120.
- Putra, T. H. (2023). Toko Kelontong Tradisional Dalam Era Teknologi Bisnis Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(3), 1–17. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i2.1973>
- Qodri, I. F., & Tesniyadi, D. (2022). Analisis Strategi Pedagang Konvensional dalam era Modernisasi (Studi Kasus Pasar Royal Kota Serang). *Alsys*, 2(3), 400–409. <https://doi.org/10.58578/alsys.v2i3.385>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rankhumise, M. P., & Imenda, S. N. (2014). Using a bicycle analogy to alleviate students' alternative conceptions and conceptual difficulties in electric circuits. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(15), 297–302. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n15p297>
- Ratna, I., Nasrah, H., & Suska Riau hidayatinasrah, U. (2022). Comparison Analysis of Customer Loyalty Level In Online Store And Conventional Store Types Of Clothing Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 2022. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., Veranita, M., & Pajajaran, P. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 101–108. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>
- Saadah, S., & Mariska, D. (2023). *STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN TRADISIONAL DI KABUPATEN SUMENEP PADA ERA DISRUPSI DIGITAL*. 71–81.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.

Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.

Telaumbanua, A., Tumengkol, S., & Lasut, J. J. (2023). Strategi Pedagang Tradisional Di Era Pemasaran Online Di Pasar 45 Kota Manado. *Journal Ilmiah Society*, 3(1), 1–10.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan Dan Penelitian Edisi Terbaru*. March, 624.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Jasa Esensi dan Aplikasi*. February 2016, 59. <https://balaiyanpus.jogjaprovo.go.id/opac/detail-opac/?id=295330>

Untari, & Fajariana. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. *Journal of Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/10.1080/00472330080000221>

Yohansyah Klara R.A, Mananeke Lisbeth, & N.Tawas Hendra. (2020). Penentuan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisa SWOT pada Produk Amanah di PT. Pegadaian (Persero) CP. Manado Utara. *N Tawas 885 Jurnal EMBA*, 8(4), 885–894.

