

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. H. (2020). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ekonomi, J., dan Akuntansi, M., Elyana Febriyanti, D., Arifin Program Studi, S. D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda Surabaya Correspondence, S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran secara Online melalui Tiktok dan Instagram terhadap Volume Penjualan Skincare Justmine Beauty pada Agen Yuyun di Lamongan. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 344–352. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/72>
- Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Surakarta, U. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 144–151.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mey Kurnia Lestari, Masruchin, & Diah Krisnaningsih. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Online Produk Fashion Pada UMKM di Kota Surabaya. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 143–159. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10519](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10519)
- Philip Kotler. (2003). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pratiwi, A., Kamila, N., & Haifa, W. (2023). Komunikasi Pemasaran Digital Produk Cake and Cookies Dalam Meningkatkan Penjualan Komunitas Umkm. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 72–84. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2479>
- 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. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>
- Tyasari, H. S., & Patrikha, F. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya

Peningkatan Omset Penjualan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 9–17.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v11n1.p9-17>

Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & ... (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan ...*, 5, 2795–2805.

<https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1277%0Ahttps://www.jptam.org/index.php/jptam/article/download/1277/1146>

Utomo, H. S. (2021). *Strategi Pemasaran Menggunakan Website Dan Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cv. Borneo 1(2)*, 1–5. [http://eprints.uniska-bjm.ac.id/7096/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/7096/1/Artikel Skripsi Hafiz.pdf](http://eprints.uniska-bjm.ac.id/7096/%0Ahttp://eprints.uniska-bjm.ac.id/7096/1/Artikel%20Skripsi%20Hafiz.pdf)

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning for Domestic & Global Competition* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

