

DAFTAR PUSTAKA

- Kinas, Ita Apriana. (2022). ANALISIS SWOT DAN MARKETING FUNNELDAMPAKNYA TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM (STUDI KASUS VIOLET FOOD). Makassar.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Sapian, A., & Vyshnevskaya, M. (2019). The marketing funnel as an effective way of the business strategy. *Scientific Journal «ΛΟΓΟΣ. The art of scientific mind»*, 4, 16-18. Kyiv National University of Technologies and Design.
- YULIANTI, N., & Imam, K. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA JASA PEMBUATAN SPANDUK SURYA PRINTING LAMPUNG) (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Andrie Fernanda & Choiriyah (2018), ANALISIS BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) PADA PT. TAKAFUR KELUARGA CABANG PALEMBANG Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS)Indo Global Mandiri. Volume 3 Nomor 2 Edisi Februari 2018.
- Muhammad Aldianor , Dwi Wahyu Artiningsih , Prihatini Ade Mayvita (2021), STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KEDAI MEGUMIE RAMEN & TAKOMON DI PARINGIN, Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan.
- Mulyani, M. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur (Doctoral tation, IAIN Purwokerto).
- eddy. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. ta: Gramedia Pustaka utama.



- Purwana, Dedi. Dkk. (2017). "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* Vol. 1 No. 1 Juli.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating Online Marketing* (5th Edition). New York: Routledge.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran Jasa untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2, hal. 15–28. Yogyakarta: Andi Offset.
- Laksana, F. (2012). *Efektivitas Marketing Mix dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 7, No. 3, hal. 45–57. Jakarta: Graha Ilmu.
- Kadir, A. R. (2015). *Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Bisnis dalam Industri Kuliner. Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 10, No. 1, hal. 22–34. Makassar: Universitas Hasanuddin Press.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen Indonesia di Era Digital. Jurnal Pemasaran Indonesia*, Vol. 12, No. 4, hal. 55–66. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sutrisno, H. (2016). *Penerapan Digital Marketing pada UMKM: Studi Kasus di Jawa Barat. Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, hal. 34–50. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, Y. (2018). *Strategi Diferensiasi pada Usaha Kuliner untuk Meningkatkan Daya Saing. Jurnal Ekonomi Kreatif*, Vol. 3, No. 1, hal. 12–25. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



amsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*.
akarta:CV Budi Utama

- Kurniawan, B. (2020). *Optimalisasi Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Digital*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 9, No. 3, hal. 67–80. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, F. (2015). *Analisis SWOT dan Implementasinya dalam Strategi Bisnis*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 10, No. 1, hal. 22–35. Yogyakarta: Andi.
- Rahman, A. (2019). *Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Peningkatan Penjualan: Studi Kasus Industri Restoran*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 15, No. 2, hal. 78–89. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sutrisno, H. (2014). *Penggunaan Matriks EFAS dan IFAS untuk Penentuan Strategi Pemasaran*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Strategis*, Vol. 7, No. 3, hal. 40–52. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmawati, D. (2017). *Implementasi Analisis SWOT dengan Matriks EFAS dan IFAS dalam Industri Kuliner*. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, Vol. 5, No. 2, hal. 18–32. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Santoso, B., & Nugroho, W. (2019). *Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan EFAS dan IFAS*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 15, No. 4, hal. 60–73. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Fauziah, A., & Iskandar, I. (2021). *Analisis SWOT dan Matriks EFAS-IFAS untuk Strategi Pemasaran Digital pada Startup*. *Jurnal Bisnis dan Digital*, Vol. 9, No. 1, hal. 12–26. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran: Konsep dan Implementasi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 10, No. 2, hal. 34–50. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahman, A. (2016). *Penerapan Strategi Diferensiasi dalam Bisnis Kuliner*. *Jurnal Strategi Bisnis Indonesia*, Vol. 7, No. 3, hal. 20–35. Jakarta: Salemba Empat.



- Sutrisno, H. (2018). *Optimalisasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) untuk UMKM. Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, Vol. 12, No. 4, hal. 45–58. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Setiadi, N. J. (2017). *STP (Segmenting, Targeting, Positioning) sebagai Strategi Pemasaran Produk Lokal. Jurnal Pemasaran Indonesia*, Vol. 14, No. 1, hal. 22–40. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laksana, F. (2018). *Digital Marketing dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen. Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, Vol. 5, No. 2, hal. 18–33. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Santoso, B., & Nugroho, W. (2020). *Efektivitas Strategi Digital Marketing untuk Bisnis Ritel di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 16, No. 4, hal. 12–28. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fauziah, A., & Iskandar, I. (2021). *Analisis Strategi Diferensiasi dalam Peningkatan Daya Saing Bisnis Kuliner. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Indonesia*, Vol. 11, No. 1, hal. 30–45. Bandung: Universitas Indonesia.
- Harahap, R. (2022). *Pengaruh STP terhadap Penjualan di UMKM Kuliner. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 19, No. 2, hal. 85–100. Medan: Universitas Sumatera Utara Press.
- Mulyana, R. (2022). *Penerapan Digital Marketing dan Strategi Diferensiasi dalam Menarik Konsumen Milenial. Jurnal Inovasi Bisnis Indonesia*, Vol. 8, No. 3, hal. 50–66. Jakarta: Universitas Indonesia.





Optimized using
trial version
www.balesio.com