

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, L., Widyamaj, I. G. N., & Putra, A. M. (2022). *Strategi marketing mix dalam upaya meningkatkan penjualan pada start up coffee renon-denpasar*. 6(2).
- Agustian, E. (2022). Pilihan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Anggraini, R., & Wulandari, C. D. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Direct Marketing, dan Strategi Diferensiasi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Motors*. 4.
- Dirman, A., & Wahyuni, P. D. (2020). Pelatihan Pengembangan Kreasi Dalam Hal Packaging Produk Sebagai Strategi Marketing Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Kembangan Selatan. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 141–150. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.281>
- Hanum Fahny, P., & Suherman, M. (2022). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1458>
- Jayengsari, R. (2021). Branding dalam Strategi Marketing Keripik Pisang pada Pelaku Usaha Rumahan. *Journal of Empowerment*, 2(1), 111. <https://doi.org/10.35194/je.v2i1.1232>
- Kahar, A. R. A. (2017). *Analisis Strategi Promosi IndiHome PT. Telkom Indonesia (Tbk) dalam Menghadapi Persaingan Produk Layanan di Kota Makassar*.
- Kumalasari, R. N., Nuryatman, P., Eviana, M., Andriani, S., & Linda, W. (2021). *Implementasi Strategi Marketing Mix Pada Rintisan Usaha Kreatif*. 2(1).
- Kurniawan, H. W., Rukmi, H. S., & Bakar, A. (2016). Rancangan Strategi Pemasaran Sepatu Merek "X" dengan Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. *Multidimensional Scaling*.
- Magang, L. (2020). *Penerapan Marketing Mix dalam Strategi Marketing Communication di CV. Beka Visi Pratama Yogyakarta*.
- Merta, M. (2005). *Menu Engineering sebagai Langkah Penetapan Strategi Pemasaran pada Restoran Sari Laut Restu Bali*.

- Putri, N. A. (2016). *Desain Strategi Pemasaran Online pada Fullus Fashion Melalui Evaluasi Benchmarking. 1.*
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). *Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Marketing dan Branding pada UMKM.*
- Rosyidi, C. N., Indah, F., & Budijanto, M. (2015). Pemilihan Strategi Pemasaran dan Prediksi Pangsa Pasar Produk Pakaian Batik Menggunakan Rantai Markov (Studi Kasus: Toko Putra Bengawan Kampung Batik Laweyan Solo). *PERFORMA: Media Ilmiah Teknik Industri*, 14(2). <https://doi.org/10.20961/performa.14.2.11034>
- Saksiari, L. M. (2022). Strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di tengah pandemic covid-19 di alaya resort ubud: Marketing strategies to improve room occupation in the middle of the covid-19 pandemic at alaya resort ubud. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(1), 176–196. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i1.14>
- Sani, N., & Lukito, W. (2020). *Perancangan Strategi Desain untuk Meningkatkan Brand Awareness Succulent Bandung.*
- Tarantein, E. F., Sulasmono, B. S., & Iriani, A. (2019). Perencanaan Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 3(3), 156–169. <https://doi.org/10.17977/um025v3i32019p156>
- Triastity, R. (2011). *Marketing Plan sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Perusahaan Jangka Panjang. 11(1).*
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing.*