

DAFTAR PUSTAKA

- A.Rafiq. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(2), 270–283. <https://doi.org/10.34081/270033>
- Anisa, C., & Rahmatullah, R. (2020). Visi Dan Misi Menurut Fred R. David Perspektif Pendidikan Islam. *Journal EVALUASI*, 4(1), 70. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v4i1.356>
- Fadli, M. R. (2008). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Handayani, A., & Sarwono, A. E. (2021). Buku Ajar Manajemen Strategis. In *unisri Press*. Unisri.
- Harto, B., Sumarni, T., Dwijayanti, A., Komalasari, R., & Widyawati, S. (2022). Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 9–15. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2399>
- Hatamar, H. (2020). Buku Analisis SWOT. In *Shiddiq Press*. Shiddiq Press.
- Kemarauwana, M., & Anjanarko, T. S. (2018). *Buku Ajar Manajemen Statergi*. Universitas Sunan Giri Surabaya.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2020). *Manajemen Pemasaran*. STRATEGY CITA SEMESTA.
- Mahliza, I., Husein, A., & Gunawan, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Online. *Al-Sharf Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 250–264.

- Melandi, I. K., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Pada Travelxism Menggunakan Digital Marketing Canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1107–1122. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3138>
- Nisak, Z. (2019). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–8.
- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Pahlevi, C., & Musa, M. I. (2023). Manajemen Strategi. In *Penerbit Intelektual Karya Nusantara*. Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- Reken, F., Suprihartini, L., Masliardi, A., Kadek, N., & Hariyanti, D. (2022). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Depublish.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Sari, S. P. (2020). *STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITAL*. 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930698>
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *Masyarakat Universitas Sahid Surakarta*, 1(1), 360–371.
- Subaid, D. (2019). Manejemn Statergi teori dan Konsep. In *wIDINA* (Vol. 11, Issue 1). Widina Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis* (Prof. DR. Sugiyono (ed.)). CV Alfabeta.

- Sunarsih, D. (2020). *Buku Analisis Swot*. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 521–527.
- Wijaya, T. A., Irsandi, W., Steven, W., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Baru : Studi Kasus di Toko Dapur Manis. *Lensa Ekonomi*, 18, 13–23.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)* (I. K. Sumantra (ed.); 1st ed.). Universitas Mahasaraswati Press.