

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian Berutu, T., Lorena Rea Sigalingging, D., Kasih Valentine Simanjuntak, G., & Siburian, F. (2024). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(3), 358–370.
- Akmalia Putri, D., Wulandari, C., Rezky Hasanah, E., Novia Triayu, P., & Arsyadona. (2025). Strategi Meningkatkan Keberlangsungan Bisnis UMKM. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 2(1), 135–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.62335 Jurnal>
- Alfiansyah, M. (2026). *Perencanaan Dan Strategi Manajemen Dalam. Ekonomi Dan Manajemen Modern: Strategi, Inovasi Dan Keberlanjutan Bisnis*.
- Anam, R. H. (2025). Analisis Manajemen Risiko Pada Pt Bank Mnc Internasional Tbk Berdasarkan Analisis Swot. In *Journal of Young Entrepreneurs* (Vol. 4, Number 4).
- Anggraini, A. A., & Hakimah, E. N. (2022). Mendongkrak Pemasaran Melalui Content Marketing dan Influencer (Studi Pada Bisnis Busana Qomeshop Kota Kediri). *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*, 572–583.
- Arjang, Ausat, A. M. A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Analisis Sinergi Inovasi Digital dan Fenomena FOMO dalam Dinamika Pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68–76. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14629>
- Budayanti, S., Adi, P. H., & Setyanto, R. P. (2026). *Optimasi Ketangkasan Digital: Strategi UKM Kuliner Menembus Pasar Di Era Digital* (W. Novandari & M. Riyanton, Eds.; Vol. 6, Number 0). Universitas Jenderal Soedirman Gd. BPU Percetakan dan Penerbitan.
- Djufri, W., & Lukman, S. (2020). Strategi Pengembangan Workshop Pt Semen Padang (Pendekatan Analisis Swot Dan Model Bisnis Kanvas). *Menara Ilmu*, XIV(02), 158–164.
- Fadilah Hariyono, D., Dyah P MBA, I., & Ayu Paramitha, D. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Mikro UD. AL MUBAROKAH PARE*. 127–138.
- Fauzi, A. Y. (2023). Pengaruh Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Aplikasi Online Shop Tokopedia Di Jakarta). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 333–349. <https://doi.org/>: <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1317>
- Hardini, R., Nuarini, M. I., Larasayu, F., & Permana, E. (2023). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Di Media Sosial Instagram Pasca Pandemi. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 134–148.
- Jailani, M. S., Jeka, F., Asrulla, & Risnita. (2023). Populasi dan Sampling

(Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.

- Kurniawan Angga, & S. (2025). *Manajemen Operasi*. Tujuh Pustaka Penerbit.
- Mashuri, & Nurjanah, D. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 97–112. <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps>
- Maulidiah, Azizah & Rahmawati, R. (2021). Analisis swot pengembangan produk griya. *Maslahah*, 12(2), 47–57.
- Mujahidin, A., & Khoiraningrum, I. (2019). Universitas Muhammadiyah Semarang Seminar Nasional Publikasi Hasil-Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro The Analysis of Segmentation, Targeting, Positioning (STP) on Zak. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 2, 284–294. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Naufal, M. H., Pambudi, K., Gede, I. B., & Prabawa, S. (2026). Peran Analisis SWOT dalam Perumus Strategi: Systematic Literature Review pada Studi Empiris Perusahaan dan Organisasi. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 03(01), 709–724.
- Nofiani, P. W., Mursid, C., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(02), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Noorcahyo, D., & Ali, H. (2025). Analisis SWOT IFAS, EFAS dan SPACE Matriks dalam Memperkuat Keunggulan Produk Sepatu Lokal di Era Digital pada Toko XYZ. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Nusantara*, 3(1), 31–40. <https://doi.org/10.38035/jpkn.v3i1>
- Panigoro, T., Adetiya Asep, D., & Gunawan, Y. (2025). STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI DAN BISNIS. *Expectation: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 34. <https://journal.albadar.ac.id/index.php/JIM>
- Pasaribu, J., Sari, Y. N., Salsabila, & Hasyim. (2022). Pengambilan Keputusan Dalam Penyusunan Strategi Bersaing Usaha Pada Umkm Sate Madura Cak Heri Menggunakan Analisis Swot. *Jurnal Ilmiah AccUsi*, 5(1). <https://doi.org/10.36985/jia.v5i1.455>
- Qisthi Batu Bara, I., & Fitri, I. (2026). Analisis Pengembangan Bisnis dengan Metode SWOT, EFAS, dan IFAS. *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(1), 583–607. <https://doi.org/10.62421/jibema.v4i1.442>
- Rahajeng, Y., Saiful Bahri, M., & Prastisia, I. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 117–124.
- Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing

Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri SWOT Analysis as a Strategy to Increase Competitiveness Business Surabaya Ampel Store Kediri City. 90 | *At-Tamwil*, 1(2).

- Santoso, R. P., Ningsih, L. S. R., & Irawati, W. (2024). Implementation Of Segmenting Targeting And Positioning Strategies In Improving Marketing Performance. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 280–292. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5939>
- Sari, A. W. (2023). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Produk Kerajinan Pada CV. Rafa Azka Putra Di Desa Bedono Kecamatan Jambu. *Jurnal Manajemen Keuangan*.
- Sovania, E. (2025). *Digital Marketing di Era Hyperconnectivity: Strategi, Inovasi, dan Praktik Adaptif dalam Ekonomi Berbasis Data* (Minhaj Pus). [https://books.google.co.id/books?id=P56jEQAAQBAJ&lpg=PA1&ots=o8GIDjxo7V&dq=Digital Marketing di Era Hyperconnectivity%3A Strategi%2C Inovasi%2C dan Praktik Adaptif dalam Ekonomi Berbasis Data. Minhaj Pustaka%2C 2025.&lr&hl=id&pg=PP4#v=onepage&q=Digital Ma](https://books.google.co.id/books?id=P56jEQAAQBAJ&lpg=PA1&ots=o8GIDjxo7V&dq=Digital+Marketing+di+Era+Hyperconnectivity%3A+Strategi%2C+Inovasi%2C+dan+Praktik+Adaptif+dalam+Ekonomi+Berbasis+Data.+Minhaj+Pustaka%2C+2025.&lr&hl=id&pg=PP4#v=onepage&q=Digital+Ma)
- Sukendar, I., Khoiriyah, N., Tri, P., Arta, Y., Islam, U., & Kaligawe, A. J. R. (2022). Strategi Pemasaran Menggunakan Metoda Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT). *Applied Industrial Engineering Journal*, 6(2), 47–50. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/aiej/index> 47
- Wardana, M. A. (2023). *Kreativitas Desain Inovasi*. CV. Intelektual (E. Yuliani, Ed.). Intelektual Manifest Media. [https://books.google.co.id/books?id=99zmEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=iP3V1VELYj&dq=kreatifitas desain informasi wardana&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=kreatifitas desain informasi wardana&f=false](https://books.google.co.id/books?id=99zmEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=iP3V1VELYj&dq=kreatifitas+desain+informasi+wardana&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=kreatifitas+desain+informasi+wardana&f=false)
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Manajerial*, 12(2), 198–209. <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>