

DAFTAR PUSTAKA

- Amirotun, A. (2019). *PERENCANAAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKANN BERBASIS ANALISIS SWOT DI MI NEGERI BRAKAS, DEMAK*.
- Dayat, M. (2019). *STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARANN DALLAM MEREKUT CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN. 1*, 299–318.
- Hasan, S., Rahmat, L., ST, R., & Purnomo, H. (2023). *Kewirausahaan* (Issue 1). Pena Persada Kerta Utama.
- Hermawan, S., & Sriyono. (2020). *MANAJEMEN STRAEGI & RESIKO* (Sriyono (ed.); Cetakan Pe). UMSIDA Press.
- Hidayat, R., & Wijaya, C. (2017). Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Pendidikan Islam. In A. Zein (Ed.), *Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI)* (Cetakan pe). Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. 1*(3), 202–209.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 161–176. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing 4.0*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. 13* (2).
- Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. S., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian persperctive*. Pearson.
- Maximillian, S., Fauji, D. A. S., & Sardanto, R. (2022). *Analisis swot untuk menentukan strategi pemasaran dan menciptakan competitive advantages pada produk sambel pecel. 23–30*.
- MY, M., Savitri, R., & Oktorita, L. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19. *JMiE (Journal of Management in Education)*, 6(1), 33–44. <https://doi.org/10.30631/jmie.2021.61.33-44>
- Purnomo, H., Arifiansyah, R., Sudirman, N. A., & Hasdiansa, Wulansari Ilma;

- Hasbiah, S. (2024). Coffee Shop Marketing Strategy Using SWOT Analysis to Increase Business Competitiveness. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship Research*, 2(1), 49–62.
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (1st ed.). CV Saba Jaya Publisher.
- Rangkuti, F. (2006). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (14th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). *Tenik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia.
- Rukajat, A. (2018). *PENDEKATAN PENELITIAN KUALITATIF (QUALITATIVE RESEARCH APPROACH)* (Edisi 1). DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Sobirin (ed.); Pertama). CV SAH MEDIA.
- Sinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Pertama). Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Subagyo, & Purnomo, H. (2022). *Manajemen UMKM*. Media Sains Indonesia.
- Suradi, S., Syarifuddin, R., & Irianto, I. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran Kopi Bisang Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard. *Journal Industrial Engineering and Management (JUST-ME)*, 2(01), 1–7. <https://doi.org/10.47398/justme.v2i01.11>
- Wiswasta, I. G. N. ., Agung, I. G. A. ., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT. *Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press*.
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajmen Pemasaran Teori dan Strategi. *Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja*.
- Zulkipli. (2022). *PERENCANAAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. 10 (1), 57–66.