

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, 2020, Manajemen Strategis, Makassar, Nas Media Pustaka
- Aulawi, H., & Nurjanah, N. R. (2023). Usulan Strategi Perusahaan Menggunakan Metode ANP dan TOPSIS 21(1), 17-28.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Pada Desember 2023, Perubahan Indeks Harga Perdagangan Besar (IHPB) Umum Nasional Tahun ke Tahun Sebesar 3.14 Persen. *BPS*. <https://bps.go.id/id/pressrelease/2024/01/02/2311/iHPB-desember-2023>
- CNBC Indonesia. (2021, Juni 2). Konsumen Doyan ke Minimarket, Ritel Besar Banyak yang Tutup. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210602164345-19-250081/konsumen-doyan-ke-minimarket-ritel-besar-banyak-yang-tutup>
- David, F. R., & David, F. R. (2016). Manajemen Strategi: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep.(Terj). Novita Puspasari dan Liza N. Puspitasasri. Edisi Kelima Belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadli, M., & Yusnita, E. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tahu Menggunakan Metode Analisa SWOT Dan ANP Di UD. Tahu DK 16. *JIME (Journal of Industrial and Manufacture Engineering)*, 6(1), 2022. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jime>
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2003). Manajemen Strategis. Edisi Dua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ilyas, S. Z., Wulandari, T. A., & Sastra, H. Y. (2018). Marketing Strategy Determination by SWOT and ANP Approaches on Aceh Songket Small-Medium Enterprises. *Marketing*, 6, 8–13. <https://wairco.org/IJCCIT/August2018Paper3.pdf>
- Katadata. (2023, Juli 25). 2024 Momentum Indonesia Percepat Transformasi Digital. *Katadata*. <https://katadata.co.id/infografik/64bfa1bb1b6f1/2024-momentum-indonesia-percepat-transformasi-digital>
- Katadata. (2021, November 25). Jumlah Gerai Minimarket Meningkatkan 3,9% pada 2020. *Databoks*. *Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/jumlah-gerai->

[minimarket-meningkat-39-pada-2020](#)

- Larasati, M. M., Praptono, B., & Nafizah, U. Y. (2019). Analisis Penerapan Sistem Pemasaran Terpadu Pada Usaha Kecil Menengah Telur Bebek Cakung Dengan Metode *Analytical Network Process* (*Anp*). 6(2), 6079–6087.
- Munggaran, M. I., & Yandri, P. (2022). Penentuan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Kuliner dengan Pendekatan Analytical Network Process. *Kolegial*, 10(2), 204–218.
- Pradana, Y. A., & Kusnandar, K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Hidroponik (Studi Kasus Pada UMKM Aa818_Hydroponic). *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 2(2), 44. <https://doi.org/10.20961/agrisema.v2i2.79220>
- Saaty, T. L. (2013). *Decision making with the analytic network process: Economic, Political, Social and Technological Applications with Benefits, Opportunities, Cost and Risk*. 195(2). Pittsburgh, PA: RWS Publications.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utsalina, D. S., & Primandari, L. A. (2020). Analisis Swot Dalam Penentuan Bobot Kriteria Pada Pemilihan Strategi Pemasaran Menggunakan Analytic Network Process. *Antivirus: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.35457/antivirus.v14i1.889>
- Rangkuti, F. (2015). *SWOT BALANCED SCORECARD : Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*. Jakarta: Gramedia Pustaka Tama