

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, U., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2024). Digitalisasi marketing melalui Instagram dan Facebook ads dalam meningkatkan skala usaha UMKM: Systematic literature review. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21058>
- Amelia, R., & Sudrartono, T. (2023). Pemanfaatan marketplace Shopee dalam peningkatan volume penjualan jaket hoodie toko Mikayla Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 118–124. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.237>
- Andika, K. B., Marlien, R. A., & Oktaga, A. T. (2025). Pengaruh iklan meta ads, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli online produk digital. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis*, 2, 710–723. <https://doi.org/10.61132/prosemnasimkb.v2i2.294>
- Atikah, N., & Moeliono, N. N. K. (2021). Analisis strategi pemasaran menggunakan metode SWOT dan QSPM (studi kasus: Restoran Ramen Aboy). *MEBIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 88–99.
- Atmaja, I. S. N., & Prasetyo, B. (2025). Pengaruh atribut kemasan dan brand image terhadap minat beli pada produk Ayam Andaliman Ranusa. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 3865–3877. <https://doi.org/10.62710/s2vdcy68>
- Basuki, B. P. (2023, May). *UMKM goes digital*. DJPB. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/ntt/id/data-publikasi/artikel/2886-umkm-goes-digital.html>
- BPS. (2024). *Profil industri mikro dan kecil*. Badan Pusat Statistik.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2019). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications India.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Strategic management: A competitive advantage approach concepts and cases* (16th ed.). Pearson. www.ebook3000.com

- Evelin, O., Prima, F., & Sujana, I. (2021). Strategi pemasaran madu kelulut dalam rangka mendukung produk unggulan khas Kalimantan Barat menggunakan analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 5(1), 45. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/47523>
- Fadillah, N., & Suastina, A. W. O. (2025). Desain ulang kemasan produk untuk meningkatkan minat beli pada Corner MT. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3.
- Fauziah, S., Supriyadi, Wahyuni, S., Nugroho, P. G., Akriyono, P. A., Sudaryana, Y., & Sewaka. (2024). Optimalisasi konten di media sosial untuk meningkatkan kreativitas usaha di era digital sebagai katalisator pemasaran pada koperasi UMKM Kemang Berdaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 4(Maret), 57–60. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/index>
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (1996). *Manajemen strategis* (J. Agung, Tran.; 5th ed.). Penerbit ANDI.
- Irawati, S., Musahidah, U., & Hilwa, W. (2025). Analisis strategi pemasaran pada usaha Snack Makar Makanan Rakyat. *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.61111/great.v2i1.837>
- Joyo, A. A., & Soedarsa, H. G. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Indomie mahasiswa Universitas Bandar Lampung. *ECo-Fin*, 7(1), 298–308. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i1.2082>
- Khaerunnisa, T., Setiawan, I., Trimio, L., & Mukti, G. W. (2024). Strategi pemasaran kombucha cascara menggunakan konsep marketing mix 7P dengan analisis matriks SWOT dan QSPM (studi kasus PT Agritama Sinergi Inovasi Kota Bandung). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(2), 171–185. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i2.1173>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1994). Dasar-dasar pemasaran (W. Bakowatun, Tran.). In H. Sutojo (Ed.), *Jakarta: Penerbit Prenhalindo* (6th ed.). Intermedia Jakarta.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management* (15e ed.). Pearson.
- Maulana, A., Maghfiroh, A. M., & Farahdiansari, A. P. (2023). Perancangan strategi pemasaran UMKM Lumintu dengan pendekatan SWOT dan quantitative strategic planning matrix (QSPM). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 4(1).

- Maulida, P. F. (2024). Pengaruh harga, lokasi usaha, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian usaha Ma'e Fried Chicken Kutai Kartanegara. *JURNAL LOCUS: Penelitian Dan Pengabdian*, 3(1), 112–125.
<https://doi.org/10.58344/locus.v3i1.2449>
- Mc Donald, M. H. B., & Keegan, W. J. (1999). *Marketing plans that work: Kiat mencapai pertumbuhan dan profitabilitas melalui perencanaan pemasaran yang efektif* (D. Sihombing, Tran.). Penerbit Erlangga.
- Mira, S., Ginting, B., Wahyudi, T., & Prima, F. (2023). Penyusunan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan UMKM Kripik Makros dengan menggunakan QSPM. *INTEGRATE: Industrial Engineering and Management System*, 7(3), 104–113.
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/issue/view/2162>
- Mondelez. (2024). *State of snacking 2024*.
<https://www.mondelezinternational.com/stateofsnacking/>
- Neraca. (2025, September 1). *Triwulan II- 2025 Industri Mamin Tumbuh 6,15 Persen*. Neraca.Co.Id. <https://www.neraca.co.id/article/224315/triwulan-ii-2025-industri-mamin-tumbuh-615-persen>
- Nurmauludin, R., & Hilman, M. (2024). Pengembangan strategi pemasaran produk roti untuk meningkatkan penjualan dengan metode AHP, SWOT, dan QSPM di IKM Sari Rasa Bakery Ciamis. *INTRIGA: Info Teknik Industri Galuh*, 2(1).
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (1996). *Manajemen strategik* (A. Maulana, Tran.; Vol. 1). Binarupa Aksara Jakarta.
- Putri, E. S., & Thohiri, R. (2025). Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap strategi pemasaran dan penjualan produk UMKM. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2). <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Rahmawati, N., Asnawi, A., & Listyawati, L. (2025). Analisis SWOT dan QSPM untuk perumusan strategi pemasaran pada PT. Gerongan Surajaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(1).
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1.5665>
- Rangkuti, F. (2018a). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis, cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*.
- Rangkuti, F. (2018b). *SWOT balanced scorecard: Teknik menyusun strategi korporat yang efektif plus cara mengelola kinerja dan risiko_compressed*. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.

- Ritonga, W. (2008). *Manajemen pemasaran*.
- Sabrina, F., & Amran, T. G. (2025). Perancangan strategi pengembangan bisnis menggunakan metode SWOT dan QSPM pada UMKM Toko Roti dan Kue. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 12(1), 79–90.
<https://doi.org/10.24853/jisi.12.1.79-90>
- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2).
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran packaging dalam strategi marketing bagi daya tarik beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 6(1), 152–162.
<https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi pemasaran* (Ansar, Ed.). Intelektual Karya Nusantara.
<https://eprints.unm.ac.id/30673/1/BUKU%20DIGITAL%20STRATEGI%20PEMASARAN.pdf>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 5th ed.). Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Suparno, Khoirotul Ilmiyah, & Eva Nur Mazidah. (2025). Analisis strategi pemasaran UD. Arif Bersaudara menggunakan pendekatan SWOT dan QSPM. *HATTA: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 3(2).
<https://jurnal.stkip-majenang.ac.id/index.php/hatta>
- Umar, H. (2002). Strategic management in action: Konsep, teori, dan teknik menganalisis manajemen strategis strategic business unit berdasarkan konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen-Hunger. In *Jakarta, Gramedia Pustaka Utama*.
- Vika Agustina, P., Nasrullah, M., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). *Pemanfaatan marketplace Shopee, Telegram, dan WhatsApp sebagai strategi pemasaran pada UMKM Toko Batik Putri Sekawan* (Vol. 2).