

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, W. N., Hermawan, A., & Jasman, J. (2025). Dampak E-commerce terhadap Perilaku Konsumen: Studi Perbandingan Studi Kasus Belanja Online dan Offline di Kabupaten Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 3(1), 197–208.
- Akbar, G. N., & Aulawi, H. (2021). Perancangan strategi pemasaran jersey olahraga menggunakan metode analisis SWOT dan AHP. *Jurnal Kalibrasi*, 19(1), 82–89.
- Akbar, M. I., & Putri, M. M. (2021). Pemilihan Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Metode Swot-Ahp-Topsis Di Pt Indonina Lautan Berlian. *Jurnal Rekayasa dan Optimasi Sistem Industri*, 3(1), 25–31.
- Allo, F. G. (2024). Optimization of Strategy with SWOT Analysis to Increase Revenue of Imported Exterior Clothing Sales at Vn-Nee Collection Stores in Jayapura City. *International Journal of Economic, Finance and Business Statistics*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.59890/ijefbs.v2i1.1434>
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing Edition*. Pearson Education Limited.
- Asaki.or.id. (2024, Februari). *ASOSIASI ANEKA INDUSTRI KERAMIK INDONESIA (ASAKI)*. <https://asaki.or.id/index.php/about-us/tentang-kami>
- Astawa, I. K., Widhari, C. I. S., Budarma, I. K., & Mudana, I. G. (2022). Green hotel promotion strategy in Bali: a study using SWOT analysis. *International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2021 (iCAST-SS 2021)*, 460–466.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72–81.
- Azmi, N., Filah, Z. M., Pauji, A. M., Ramdhani, D. M., Kusuma, J., Mustofa, R., & Mardiana, S. (2025). ANALISIS EKSTERNAL DAN INTERNAL PADA PERUSAHAAN BATU ALAM JIBAL STONES. *JURNAL AKADEMIK EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 2(3), 683–694.
- Bahl, S. (2023). Challenge of Implantation of Change Management Strategies: An Empirical Study. *Psychology and Education*. <https://doi.org/10.48047/pne.2018.55.1.48>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 54–72.

- Birru, A. C., Sudarmiati, S., & Hermawan, A. (2022). Competitive strategies in the lodging service sector: Five porter analyses and case study SWOT analysis. *Journal of Business and Management Review*, 3(1), 1–17.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 59–69. <https://www.researchgate.net/publication/349076606>
- Citraningsih, D., & Wiranata, R. R. S. (2022). Analisis SWOT pembelajaran daring era pandemi covid-19 pada sekolah dasar. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 22(1), 21–40.
- Dasa, K. H. K., Suratmi, T., & Himawati, S. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Untuk Peningkatan Kunjungan Rawat Jalan Di RSIA Karunia Bunda. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Rumah Sakit Indonesia (MARSID)*, 8(1), 111–122.
- David, F. (2014). *STRATEGIC MANAGEMENT: A Competitive Advantage Approach, Concepts & Cases Olp with Etext,... Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Dermawan, M., Rini, E. S., Sembiring, M. T., & Budiman, I. (2023). *SWOT Analysis and Marketing Mix 4P Model as a Method to Develop Strategic Plan for Newly Marketed Agricultural Corn Seed Product. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1188 (1).
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementatasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)*, 17(2), 6–13.
- Edwin, T., Hellyward, J., Wati, R., Rastosari, A., & Utami, Y. (2024). The impact of marketing mix on rendang products customer loyalty in the new normal era. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1341(1), 012109.
- Enyinda, C. I., Blankson, C., Cao, G., & Enyinda, I. E. (2023). Why cannot we all just get along? Resolving customer-focused team interface conflicts in a B2B firm leveraging AHP-based multi-criteria decision-making. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(3), 568–592.
- Fadhillah, M. (2025). Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Buyung Metode AHP Berbasis Java. *Jurnal Teknologi Informasi*, 3(2), 98–110.
- Firnanda, R. A. F., & Nirawati, L. (2025). Marketing Mix Strategy (7P) in Increasing Sales Volume (Study on R&C Digital Printing Surabaya). *International Journal of Social, Economic, and Business*, 1(3).

- Ghabban, M. (2025). The Impact of Marketing Mix (7Ps) on Customer Satisfaction in the Healthcare Sector: A Study of Demographic and Professional Correlations. *International Journal of Healthcare Information Systems and Informatics (IJHISI)*, 20(1), 1–30.
- Ginting, C. N., Kurnia, M. A., & Putra Zai, Z. J. (2023). The influence of service marketing mix on the revisitation intention of BPJS inpatient patients at Royal Prima Marelán General Hospital. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(10), 4707–4718.
- Hamdali, R. N., & Melinda, T. (2021). Analisis Pengaruh Service Marketing Mix 7p Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Kozko Digital Printing Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 37–49.
- Hasanah, R. F. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Susu Sapi Perah Dengan Pendekatan Business Model Canvas Studi Kasus Koperasi Peternak Galur Murni Kabupaten Jember*. Fakultas Teknik Universitas Jember.
- Hintjah, S. B., & Haryantini, H. (2025). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK CAT PADA PT. WARNA AGUNG DI KOTA TANGERANG, BANTEN. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 4314–4325.
- Huang, J.-J., & Chen, C.-Y. (2023). Using markov random field and analytic hierarchy process to account for interdependent criteria. *Algorithms*, 17(1), 1.
- Indrayani, I. (2024). SWOT analysis of business opportunities in MSMEs in Balikpapan City. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1672–1680.
- Komari, A., Indrasari, L. D., Tripariyanto, A. Y., & Rahayuningsih, S. (2020). Analysis of SWOT marketing strategies and 7P influence on purchasing decision. *Journal of Physics: Conference Series*, 1569(3), 032002.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 6.0: The Future Is Immersive*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=jb7nEAAAQBAJ>
- Laksana, A., Ferdiana, R., & Falah, M. (2023). Strategi komunikasi organisasi motor XTC dalam membangun citra positif di masyarakat Kota Serang. *ANTASENA: Governance and Innovation Journal*, 1(2), 60–69.
- Larasati, S., Pradana, Z. H., Praja, M. P. K., & Niamah, K. (2025). Peningkatan Visibilitas UKM Dengan Pemanfaatan Google Map Untuk Menjangkau Pelanggan Lebih Luas. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*, 3(1), 29–34.

- Malelak, S. L., Setiawan, B., & Maulidah, S. (2021). The analysis of marketing mix on consumer loyalty: empirical study of customer satisfaction of local product. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 160–168.
- Masmudah, M., Rosanthi, M., Susiyanti, S., Tombi, E. A., & Mulawarman, W. G. (2022). Implementasi Model Analisis SWOT Di SDIT Istiqamah Balikpapan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 2(2), 51–56.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28.
- Merik, L., Guasmin, G., & Akkas, N. (2021). Analysis of the effect of marketing mix on consumer decisions to use service services at Anugerah Perdana Palu Official Workshop. *International Journal of Health, Economics, and Social Sciences (IJHESS)*, 3(4), 274–281.
- Nafisah, J., Astina, C., & Rahman, R. A. (2023). Semantic Mapping Strategy dan Progres Pemahaman Qawaid Bahasa Arab di Pondok Pesantren Mamba’ul Falah Kudus. *Al-Jawhar: Journal of Arabic Language*, 1(1), 1–13.
- Oroh, G. J., Nelwan, O., & Lumintang, G. (2023). Penerapan Marketing Mix 7P Pada CV. Indocipta Karya Gemilang Leilem. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 465–474.
- Prasetia, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 442–462. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.457>
- Purwanto, A. (2020). PENGARUH PEMBELAJARAN VARIASI MENU, HARGA, LOKASI DAN PROMOSI PADA INTENSI BELI DI RESTORAN XYZ GADING SERPONG. *Edumaspul-Jurnal Pendidikan*.
- Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim. id). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 224–234.
- Raharjo, D. B. P. R. M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *JAMER : Jurnal Ilmu – Ilmu Akuntansi*, 2(1), 1–5.
- Rahendas, F., Zulbainarni, N., & Ali, M. M. (2024). Marketing performance improvement strategy in lending KUR at ABC bank XYZ branch office. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(3), 1209–1220.

- Ramadhon, R. B., Wisnubroto, P., & Simanjuntak, R. A. (2021). ANALISIS PEMILIHAN SUPPLIER BAHAN BAKU MENGGUNAKAN METODE AHP (ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS) DAN TOPSIS (TECHNIQUE FOR ORDER PREFERENCE BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION) PADA ROCKMANTIC STORE KONVEKSI. *Jurnal Rekavasi*, 9(1), 54–64.
- Reshetkova, A. (2021). Sustainable development in marketing strategy. Dalam *Sustainability and sustainable development* (hlm. 83–95). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Risdarwanto, Nasution, H., & Pujangkoro, S. (2023). Business Strategy Formulation: A Literature Review. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 25(1), 89–96.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Saaty, T. L. (1990). How to make a decision: the analytic hierarchy process. *European journal of operational research*, 48(1), 9–26.
- Salsabila, S. S., Razak, A., Manyullei, S., Saleh, L. M., & Mallongi, A. (2023). Analysis of the influence of the marketing mix on the satisfaction of patients with type 2 diabetes melleus installation at Hajj General Hospital, Makassar. *Pharmacognosy Journal*, 15(3).
- Sari, F. Y., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 (studi kasus pada Grandfather Coffeeshop Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(4).
- Sari, S. A. P., & Kusdiyanto, K. (2024). Analysis of the Effect of Marketing Mix (4p) on Purchase Decisions Fashion Products on Shopee's E-commerce (Case study on the Z Generation of the City of Surakarta). *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 15, 127–141.
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan). *Industrial Engineering Online Journal*, 4(1).
- Sudiantini, D., & Hadita, S. P. (2022). Manajemen Strategi. *Purwokerto: CV. Pena Persada*.
- Sulistyo, A. B., Alwiyuni, A., Juniarti, A. D., & Hidayanti, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan 4P Pada Keramik (Study kasus : PT. Sahabat Keramik Anugerah). *Jurnal Teknik Industri*, 9(1).

- Surveyandini, M. (2022). The Results of the SWOT Analysis Approach in Formulating Company Strategy at the American English Course Purwokerto. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 13(1), 7–14.
- Syarifah, T., Aini, S. N., & Ardina, Z. (2024). Analisis SWOT terhadap Penerapan Marketing Mix 7P dalam Peningkatan Penjualan PT. Hanin Wisata Semesta. *BALANCA*, 37–54.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. Dalam *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Nomor 2).
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, keberagaman produk, suasana toko dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132.
- Zebua, B. A., Mendrofa, Y., Harefa, I., & Gulo, H. (2025). ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK CAT DANA PAINT DI CV. BINTANG KERAMIK KOTA GUNUNGSITOLI. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 13(2).