

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Jaka Purwanto, “Tantangan Sektor Industri Otomotif,” *Bisnis.com*.
- [2] Nia Deviyana, “Industri Komponen Otomotif dan Aftermarket Dunia Semakin Diminati, Ini Potensinya,” *idxchannel.com*.
- [3] Mia Jensen, “13 Strategi Pemasaran Otomotif untuk Meningkatkan Penjualan (Panduan untuk tahun 2025),” *DemandHub*.
- [4] PT. Mandiri Aktive Nusantara, “Jasa Stamping Plat,” *manengineering*.
- [5] B. yohana Walangitan, “Pengaruh Diskon Harga , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado) the Effect of Price Discounts , Promotions and Service Quality on Consumer Interest To Use on,” *vol. 10, no. 4, pp. 511–521, 2022*.
- [6] C. M. Khairunnisa, “Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper,” *JAMIN J. Apl. Manaj. dan Inov. Bisnis*, vol. 5, no. 1, p. 98, 2022, doi: 10.47201/jamin.v5i1.109.
- [7] A. G. Nabilla and Antje Tuasela, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada DIVA Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Mika,” *Kritis*, vol. 5, no. 2, p. 1, 2021.
- [8] A. W. Purbohastuti, “Efektivitas Bauran Pemasaran pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret INDOMARET,” *J. Sains Manaj.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–17, 2021.
- [9] R. Akay, J. E. Kaawoan, and F. N. Pangemanan, “Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara,” *J. Gov.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–8, 2021.

- [10] M. L. Nababan, N. T. Lumban Gaol, and W. Agustina, “Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Pengelolaan Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini pada Era 4.0,” *J. Ilm. Cahaya Paud*, vol. 5, no. 2, pp. 84–95, 2023, doi: 10.33387/cahayapd.v5i2.6879.
- [11] D. O. E. Priatin and Humairoh, “Kupas Tuntas Teori Whelen dan Hunger dengan Metode Kualitatif,” *J. Manaj. Strateg.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–25, 2023.
- [12] M. Z, M. Z. Zainuddin, and M. K. Saputra, “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana,” *Sultra J. Econ. Bus.*, vol. 3, no. 2, pp. 132–149, 2022, doi: 10.54297/sjeb.vol3.iss2.338.
- [13] M. Rofiudin, M. Shabry, and N. Juniarsa, “Pengaruh Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya,” *J. Ilmu-ilmu Sos.*, vol. 19, no. 2, p. 2022, 2022.
- [14] D. Shopee, D. Aulia, P. Aulia, and M. S. Fauzan, “Prosiding Seminar Nasional Manajemen Survey Terhadap Minat Belanja Online Produk Skincare Skintific,” vol. 4, no. 1, pp. 290–294, 2025.
- [15] Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, and Indah Noviyanti, “Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk,” *J. Manuhara Pus. Penelit. Ilmu Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 140–153, 2024, doi: 10.61132/manuhara.v2i3.967.
- [16] Muchlisin Riadi, “Analisis SWOT (Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks),” *kajianpustaka*.
- [17] J. R. Gultom, A. Z. Sidiq, Z. Q. Azzahra, N. Nadirra, and W. A. Rahayu, “Analisis Strategi dengan Metode SWOT, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix), dan SPACE (Strategic Position and Action Evaluation) pada PT. Kimia Farma, Tbk,” *Mediastima*, vol. 30, no. 1, pp. 13–27, 2024.
- [18] T. Rukhmana, “Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25,” *J. Edu Res. Indones. Inst. Corp.*

Learn. Stud., vol. 2, no. 2, pp. 28–33, 2021.

- [19] S. Tinggi, I. Ekonomi, and Y. Makassar, “KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM OLEH-OLEH KOTA,” vol. 5, no. 1, pp. 175–181, 2024.
- [20] U. Meningkatkan, P. Uhan, and S. Pariwisata, “Jurnal Saintek Maritim, Volume 19 Nomor 2, Maret 2019,” *K3 Pelni*, vol. 19, pp. 151–164, 2019.
- [21] M. Ayuningtyas, “Peran Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Keunggulan Kompetitif Di Era Globalisasi,” *J. Ilm. Hosp.* 667, vol. 12, no. Desember, pp. 667–674, 2023.
- [22] J. Ekonomi, A. Vol, and F. A. History, “Evaluasi dan Pengendalian Strategik : Proses , Kerangka Kerja , dan Studi Kasus,” vol. 4, no. 1, pp. 2804–2813, 2024.
- [23] I. G. P. D. Awatara and A. Hamdani, “Analisis Faktor Penghambat Pertumbuhan Startup di Kota Surakarta,” *Proceeding Semin. Nas.*, pp. 30–36, 2022.
- [24] D. Sissigi and R. Darmastuti, “Strategi Penanganan Komplain Humas Marketing Rs Panti Rahayu Purwodadi Melalui Edukasi Dengan Pendekatan Budaya Jawa,” *J. Ilmu Komun. UHO J. Penelit. Kaji. Ilmu Komun. dan Inf.*, vol. 8, no. 3, pp. 458–468, 2023, doi: 10.52423/jikuho.v8i3.60.
- [25] R. A. Delyuzar, A. Zawawi, A. Febriana, and A. S. Paramita, “Pengaruh Persepsi Harga dan Promotion Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Dealer Daihatsu Serpong,” *Cakrawala Repos. IMWI*, vol. 6, no. 2, pp. 1180–1191, 2023.
- [26] N. R. A. M. Pratama, M. A. Leonard, and S. Lestari, “Analisis Pemasaran: Bersaing Di Pasar Global,” *Jimek J. Ilm. Mhs. Ekon.*, vol. 6, no. 1, pp. 106–1, 2023.

- [27] M. Yusuf and E. Supriyadi, “MINIMASI PENURUNAN DEFECT PADA PRODUK MEUBLE BERBASIS PROLYPPYLENE UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS Study Kasus : PT. Polymindo Permata,” *J. Ekobisman*, vol. 4, no. 3, pp. 244–255, 2020.
- [28] Ajaib.co.id, “Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Harga Saham,” ajaib.co.id.
- [29] R. ARTAMEVIAH, “Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1.,” *Bab Li Kaji. Pustaka 2.1*, vol. 12, no. 2004, pp. 6–25, 2022.
- [30] Timoty Agustian Berutu, Dina Lorena Rea Sigalingging, Gaby Kasih Valentine Simanjuntak, and Friska Siburian, “Pengaruh Teknologi Digital terhadap Perkembangan Bisnis Modern,” *Neptunus J. Ilmu Komput. Dan Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 3, pp. 358–370, 2024, doi: 10.61132/neptunus.v2i3.258.
- [31] T. I. Pratama, “Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Tigor,” *J. Performa J. Manaj. dan Start-up Bisnis*, vol. 2, no. 2 SE-Articles, pp. 171–182, 2018.
- [32] W. Siregar, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce,” *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 12, no. 6, 2023, doi: 10.33022/ijcs.v12i6.3483.
- [33] B. Sentiago and A. Hidayatulloh, “Analisis Faktor Eksternal Terhadap Faktor Internal dan Dampaknya Terhadap Kinerja UKM Daerah Istimewa Yogyakarta,” *J. Manaj. dan Keuang.*, vol. 8, no. 2, pp. 123–134, 2019, doi: 10.33059/jmk.v8i2.1638.
- [34] Anna Suci Perwitasari, “Ramai-ramai Produsen Mobil Henggang, Persaingan Industri Otomotif Indonesia Sengit?,” kontan.co.id.
- [35] N. Nurdewi, “Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangsa Melayani Di Provinsi Maluku Utara,” *SENTRI J. Ris. Ilm.*, vol. 1, no. 2, pp. 297–303, 2022, doi: 10.55681/sentri.v1i2.235.

- [36] M. H. Amiruddin, D. Andesta, and D. Widyaningrum, “Pendekatan Metode SWOT dan QSPM pada Strategi Pemasaran Produk Petis Udang,” *JUSTI (Jurnal Sist. Dan Tek. Ind.*, vol. 1, no. 4, pp. 489–502, 2020.
- [37] A. F. Ruly Kurniawan, “No Title,” KOMPAS.COM.
- [38] Gaikindo, “No Title,” Gaikindo.or.id.