

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Auto 2000 Tebet Supomo. (2021). Jakarta.
- Fatimah, F. N. (2016). *Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: QUADRANT.
- GAIKINDO. (2021). *Indonesian Automobile Industry Data*. Retrieved from <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- GAIKINDO. (2022). *Rasio Kepemilikan Mobil Nasional*. Retrieved from <https://otomotif.bisnis.com/read/20220804/46/1563168/rasio-kepemilikan-mobil-rendah-gaikindo-peluang-besar-industri-otomotif>
- Harlie, M. (2020). *Manajemen Strategik di Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Hasan, S. (2013). *Manajemen Strategik (Bagian Pertama)*. Jakarta: Global Future Institute.
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 7 (2), 127-138. Retrieved from <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman>
- Isnati, & Fajriansyah, M. R. (2019). *Manajemen Strategik: Intisari Konsep dan Teori*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Katadata. (2022). Retrieved from Perluasan Lokasi Ganjil Genap Jakarta : <https://katadata.co.id/ameidyonasution/berita/629dc15e08efc/perluasan-ganjil-genap-jakarta-dimulai-ini-daftar-26-lokasinya>
- Kementerian Perindustrian RI. (2021). *Artikel Siaran Pers*. Retrieved from <https://www.kemenperin.go.id/artikel/22297/Menperin:-Industri-Otomotif-Jadi-Sektor-Andalan-Ekonomi-Nasional>
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Paramita, A., & Kristiana, L. (2013). Teknik Focus Group Discussion Dalam Penelitian Kualitatif. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(2), 117-127. doi:10.22435/bpsk.v16i2
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 8 (1), 94-103. doi:10.31602/al-kalam.v8i1.4161
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyorini, H., & Santoso, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5 (1), 46-53. Retrieved from <http://www.industria.ub.ac.id>

- Sihombing, I. K., & Dewi, I. S. (2019). *Pemasaran dan Manajemen Pasar Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Sihombing, P. L., & Batoebara, M. U. (2019). STRATEGI PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN DALAM PENCAPAIAN TUJUAN PERUSAHAANDI CV MULTI BAJA MEDAN. *Publik Reform*, 6, 1-16. doi:10.46576/jpr.v6i0.1241
- Sudirman, D. I. (2019). *Topik-Topik Riset Manajemen Strategi*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumartini, L. C., & Tias, D. F. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3 (2), 111-118. doi:10.37339/e-bis.v3i2.124
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: QUADRANT.
- Zefi, I. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/37992>