

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Pramesti, N. L. P. J. Andini, D. A. K. Raharjo, and A. D. Dwipayana, “Efektivitas Penggunaan Moda Transportasi Umum Dengan Kendaraan Pribadi,” *Indones. J. Multidiscip. Soc. Technol.*, vol. 2, no. 1, pp. 6–16, 2024.
- [2] BPS, “Badan Pusat Statistik Provinsi Banten,” 2025.
- [3] Sugeng, Fitriani, and B. S. K. Rahmana, “Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Bengkel Mobil Bandung Raya Seputih Banyak),” *J. Manaj. Divers.*, vol. 4, no. 1, pp. 64–73, 2024.
- [4] M. Taufiqurrahman, “Pengembangan dan Implementasi Strategi Pemasaran Inovatif untuk Produk Rengginang Mini dalam Industri Makanan Ringan Metode Analisis SWOT dan Marketing MIX,” *JUTIN J. Tek. Ind. Terintegrasi*, vol. 6, no. 4, pp. 1336–1344, 2023.
- [5] U. Khasanah and I. Maghfur, “Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen di Duta Swalayan Pondok Pesantren Ngalah Purwosari Pasuruan,” vol. 1, no. 3, pp. 238–243, 2023.
- [6] H. W. Sitorus, I. G. N. A. Aviantara, and I. A. R. P. Pudja, “Analisis Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT dan QSPM Pada PT Wedhatama Sukses Makmur, Singaraja, Bali,” *J. BETA*, vol. 11, 2023.
- [7] R. Mohamad and E. Rahim, “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH,” *J. Mutawazin*, vol. 2, no. 1, pp. 15–23, 2021.
- [8] E. Alimin *et al.*, *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi, 2022.
- [9] P. Heriyati, *Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting dan Positioning*. Scopindo Media Pustaka, 2022.
- [10] D. Sudaryono, “Manajemen Pemasaran teori dan implementasi,”

Yogyakarta Andi, 2016.

- [11] D. Dewianawati *et al.*, *Manajemen pemasaran jasa*. CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- [12] S. Syarifuddin, S. L. Mandey, and W. J. F. A. Tumbuan, “Sejarah pemasaran dan strategi bauran pemasaran,” 2022, *CV. Istana Agency*.
- [13] M. A. Firmansyah, *Pemasaran produk dan merek: Planning & strategy*. Penerbit Qiara Media, 2023.
- [14] P. Kotler and G. Amstrong, *Principles of Marketing*. 2018. doi: 10.1093/oseo/instance.00295839.
- [15] K. Khotimah and M. Jalari, “MENGUJI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SUKOHARJO,” vol. 7, no. May, pp. 81–94, 2021.
- [16] E. Sundari and I. Hanafi, “Strategi Pemasaran,” 2024, *UIR Press*.
- [17] T. N. Laksana and M. Waluyo, “Analisis strategi pemasaran dengan metode SWOT dan BCG di PT. XYZ,” *JUMINTEN*, vol. 2, no. 2, pp. 96–107, 2021.
- [18] R. P. Ramadhan, O. L. Bela, and H. D. Prasetyo, “Analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan pada usaha makaroni kriukzz,” *J. Bina Bangsa Ekon.*, vol. 15, no. 1, pp. 277–281, 2022.
- [19] H. Wijoyo, A. Ariyanto, F. Wongso, and I. Indrawan, “Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi,” *Insa. Cendekia Mandiri*, vol. 1, no. 1, pp. 1–19, 2021.
- [20] Z. Z. Noor, *Manajemen Pemasaran Strategik Dilengkapi Dengan Kasus-kasus Dalam Bidang Bisnis Dan Sektor Publik Tahun 2016*. Deepublish, 2021.
- [21] M. Yunus *et al.*, *Manajemen strategi*. Deepublish, 2024.
- [22] D. Sudiantini and S. P. Hadita, “Manajemen strategi,” *Purwokerto CV. Pena Persada*, 2022.
- [23] R. D. Pasaribu, A. N. Pertiwi, and Z. I. Sugiharto, “STRATEGI BISNIS DAN PROGRAMFUNGSIONALPADA USAHA ROTI DENGAN PENDEKATANANALISIS DAN MATRIKS SWOT,” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 7, no. 2, pp. 1346–1352, 2023.

- [24] S. Santiani *et al.*, “Analisis SWOT,” *Penerbit Mifandi Mandiri Digit.*, vol. 1, no. 02, 2025.
- [25] 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.
- [26] A. S. W. Utama, H. Kurniawan, and R. A. Normawati, *STRATEGI MENANG DALAM BISNIS*. Penerbit P4I, 2024.
- [27] N. R. Zebua, “ANALISIS SWOT PADA USAHA RUMAH MAKAN NASIONAL,” vol. 7, no. 2, pp. 1–16, 2024.
- [28] N. Nurhikmah, “Strategi Pengembangan Usaha Jahe Instan Kelompok Wanita Tani (Studi Kasus Pada Kelompok Wanita Ni Gunung Nona Desa Rossoan, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang)= Instant Ginger Business Development Strategy for Women Farmers Group (Case Study on Ni Gun,” 2023, *Universitas Hasanuddin*.
- [29] F. Wijaya, “STRATEGI BISNIS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA PADA KELOMPOK TANI KOPI BUNTIS,” vol. 20, no. 1, pp. 1–15, 2021.
- [30] Istichanah, “Analisis Pestel Dan SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers,” *Arbitr. J. Econ. Account.*, vol. 3, no. 2, pp. 383–393, 2022, doi: 10.47065/arbitrase.v3i2.520.
- [31] P. Yuliyanto, A. R. N. Mukti, and P. T. Prasetyaningrum, “PERANCANGAN E-BUSINESS PADA UMKM DJADIBATIK,” vol. 3, no. 1, pp. 9–16, 2023.
- [32] S. Paramadita, A. Umar, and Y. J. Kurniawan, “Analisa PESTEL terhadap penetrasi Gojek di Indonesia,” *J. Pengabd. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, 2020.
- [33] A. Ma’Ruf, *Analisis strategi: Panduan praktis swot, GE–McKinsey, space, FFA, qspm, ahp menggunakan Microsoft Excel*. Penerbit Andi, 2022.
- [34] R. Indriarti and N. R. Chaidir, “PENERAPAN QUANTITATIVE

STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) UNTUK MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS,” vol. 20, no. 1, pp. 159–170, 2021.

- [35] T. Limsumlitnipa, “How Creates Marketing Opportunities : Fresh Insights from a Mixed Methods Case Study of Community-Based Enterprise,” vol. 22, pp. 22143–22157, 2024.
- [36] I. Widowati, M. Ratulangi, and D. A. Riany, “Strategi Peningkatan Penjualan Kendaraan Bekas dengan Analisis SWOT,” *J. Teknol.*, vol. 15, no. 1, pp. 758–769, 2025.
- [37] M. Yunus, I. A. Sari, and N. Wahyuhastuti, “Strategi Pengembangan UMKM di Provinsi Jawa Scorecard,” vol. 5, 2023.
- [38] V. Mafitri and T. M. Barusman, “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN VILLA GARDENIA DALAM UPAYA MENARIK MINAT PENGUNJUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19,” vol. 1, no. 9, pp. 1739–1748, 2022.
- [39] M. R. I. Nudin and A. Suryaningprang, “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA KEDAI PERSEPHONE,” pp. 409–417, 2017.
- [40] F. Nelson and F. Efriyanti, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Velg Dan Ban Mobil Pada Maju Jaya Wheels ( MJ Wheels ) di Kota Bandar Lampung,” vol. 8, no. 1, pp. 175–186, 2024, doi: 10.52362/jisamar.v0i0.xxx.
- [41] S. Margiyono, S. Purwati, N. Oktyajati, and M. F. B. Utomo, “Reformulasi Strategi Pemasaran Bengkel Otomotif Menggunakan,” pp. 192–197, 2021.
- [42] S. H. Sukoharjo, “Analisis SWOT dalam Strategi Peningkatan Penjualan Toko Sparepart Hotto Sukoharjo,” vol. 7, pp. 942–956, 2025.
- [43] A. Sibarani and R. Djunita Pasaribu, “Development Strategy Analysis With IFE-EFE-IE Matrix, SWOT Matrix and AHP at PT Putra Morowali Sejahtera,” *Int. J. Sci. Technol. Manag.*, vol. 5, no. 6, pp. 1398–1405, 2024, doi: 10.46729/ijstm.v5i6.1192.
- [44] H. Harganda and I. Asmadi, “Analisis Strategi Pemasaran Mobil Mitsubishi Xforce pada PT Srikandi Diamond Motors Cabang Alam Sutera,” vol. 5, no. 1, pp. 7045–7055, 2026.
- [45] D. Sugiyono, “Metode penelitian kualitatif,” 2022.

- [46] M. Warahmah and M. S. Jailani, "Pendekatan dan Tahapan Penelitian dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini," *DZURRIYAT J. Pendidik. Islam Anak Usia Dini*, vol. 1, no. 2, pp. 72–81, 2023.
- [47] B. Afriansyah, U. Niarti, and T. Hermelinda, "Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (Sak Emkm)," *J. Saintifik (Multi Sci. Journal)*, vol. 19, no. 1, pp. 25–30, 2021.
- [48] D. Eri, A. Puji LEstari, and H. Herlan Asymar, "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT MELZER GLOBAL SEJAHTERA JAKARTA," *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 10, pp. 1–208, 2021.
- [49] M. Fiani and E. Japariato, "Analisis pengaruh quality dan brande image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti genap's di kota Solo," *Junal Menaj. Pemasar.*, vol. 47, no. 1, pp. 334–341, 2012.
- [50] Y. Lase and A. B. Ndraha, "Analisis urgensi pelatihan dalam pengembangan kompetensi aparatur sipil negara (ASN) di Pengadilan Negeri Gunungsitoli," *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilm. Manaj. Bisnis dan Inov. Univ. Sam Ratulangi)*, vol. 10, no. 3, pp. 1804–1814, 2023.
- [51] R. N. Amalia, R. S. Dianingati, and E. Annisaa, "Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi," pp. 9–15, 2022.
- [52] Y. T. Nirmala, A. T. Susilo, and C. T. Suryawati, "Studi kepustakaan penerapan solution-focused brief therapy (SFBT) dalam bimbingan dan konseling," *J. Psikoedukasi Dan Konseling*, vol. 7, no. 1, pp. 18–26, 2023.
- [53] A. S. Millah, Apriyani, D. Arobiah, E. S. Febriani, and E. Ramdhani, "Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas," *J. Kreat. Mhs.*, vol. 1, no. 2, pp. 140–153, 2023.
- [54] Victor, Rianghepat, and T. Inayati, "PERUMUSAN STRATEGI DENGAN ANALISIS SWOT ( STUDI PADA JASA TITIP BARANG JASTIPSBY \_ NAGI )," vol. X, pp. 1–4, 2024.
- [55] A. A. Dina, I. P. Tama, W. Azlia, J. T. Industri, U. Brawijaya, and U. Mikro, "SWOT DAN QSPM MARKETING STRATEGY

- FORMULATION USING SWOT AND QSPM,” vol. 01, no. 11, pp. 1240–1251, 2024.
- [56] S. Wahyunawati, “Penggunaan Matriks SWOT dan QSPM dalam Menentukan Strategi Pengembangan Kompetensi Karyawan PT. Ketapang Subur Lestari,” *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, vol. 2, no. 1, pp. 44–59, Jan. 2023, doi: 10.55123/mamen.v2i1.1365.
- [57] S. Simbolon, “STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BERAS SANGRATU MELALUI PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) ANALISIS SWOT DAN MATRIKS TOWS (STUDI KASUS PT AGROBISNIS BANTEN MANDIRI),” 2026, *UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA*.
- [58] Tangeranglatankota.go.id, “DLH Tangsel Gencarkan Uji Emisi, Ratusan Kendaraan Dites Demi Udara Lebih Sehat.”
- [59] Kompas, “Rupiah Melemah, Harga Suku Cadang Otomotif Naik 10 Persen,” 2026.
- [60] we are Social, “Digital 2026: Top digital and social media trends in Indonesia,” 2026.
- [61] JBA, “Pameran Otomotif 2026: Intip Deretan Inovasi Mobil Masa Depan!,” 2026.
- [62] kompas, “Pangsa Pasar Mobil Listrik Tembus 26,8 Persen Semester I/2026,” 2026.
- [63] V. Angelica, “Live Streaming: Strategi Revolusioner Pemasaran Digital yang Mengubah Interaksi Bisnis dan Konsumen.”
- [64] J. Dwiridotjahjono, D. A. Sitanggang, and J. Tandiyuk, “Efektivitas Event Sponsorship dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan Produk Telkomsel Branch Surabaya,” vol. 4, pp. 134–139, 2025, doi: 10.56672/assyirkah.v4i1.385.
- [65] M. Amelya and K. I. Tjiptodjojo, “Pengaruh Program Loyalitas dan Keterlibatan Pelanggan terhadap Retensi Pelanggan,” vol. 9, pp. 1989–1995, 2026.
- [66] A. P. Anindasari and D. Tranggono, “Pengaruh Live Streaming TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Pada Generasi Z Pengikut

- Akun @skintific\_id,” vol. 9, no. November, pp. 13–26, 2023.
- [67] H. Alfiah and N. S. Komariah, “PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PT . AUTOPLASTIK,” no. April 2021, 2021.
- [68] A. Marjukah, “Pengaruh Pelatihan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid,” *J. Keuang. Dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, pp. 1–12, 2022.
- [69] M. K. Widhi, Ngatno, and N. Farida, “PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA SERVICE PT. NASMOCO SILIWANGI SEMARANG,” vol. 12, no. 2, pp. 611–619, 2023.
- [70] H. E. Spotts, M. G. Weinberger, A. G. Assaf, and M. F. Weinberger, “The role of paid media, earned media, and sales promotions in driving marcom sales performance in consumer services,” *J. Bus. Res.*, vol. 152, pp. 387–397, 2022, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.07.047>.
- [71] P. Fachrial and L. Agusinta, “THE INFLUENCE OF CROSS-FUNCTIONAL MARKETING CAPABILITIES ON MARKETING AMBIDEXTERITY,” vol. 7, no. 2, 2022.