

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdiputra, Yusfendi. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Bidang Bakery. Prosiding SemNas. Vol.1. TI.131 - TI.136. Diakses dari <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/teknik/article/download/688/551>
- Alfatris, Tika Dian. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang). Semarang: Universitas Dian Nuswantoro. Diakses dari <http://eprints.dinus.ac.id/8701/>
- Allison, Michael dan Kaye, Jude. (2013). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Aminoto, Ella. (2015). Strategy pada “Bella Bakery” Berdasarkan Analisis SWOT dan Matriks IE. Semarang: Unika Soegijapranata <http://repository.unika.ac.id/15209/>
- Anoraga, Pandji. (2011). *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- David, Fred R. dan Forest R. David (2016), *Manajemen Strategik : Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, Edisi 15, Terjemahan oleh Novita Puspasari dan Liza N. Puspitasari, Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R. dan Forest R. David (2016), *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, Edisi 15, Terjemahan oleh Novita Puspasari dan Liza N. Puspitasari, Jakarta: Salemba Empat.
- Ferdinand, Rendy Yan. (2016). *Analisis Strategi Alternatif Pengembangan Usaha Bengkel “Budi Motor” Berdasarkan SWOT*, Semarang: Unika Soegijapranata <http://repository.unika.ac.id/13325/>
- Gensindo. 2022. Indonesia Masuk Top 4 Pembeli Album K-Pop pada 2021. Diakses dari <https://gensindo.sindonews.com/read/646363/700/indonesia-masuk-top-4-pembeli-album-k-pop-pada-2021-1641189705> pada tanggal 3 Maret 2022.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga.
- Hery. (2016). *Design The Business Plan For Star-Up Entrepreneur (Mendesain Model Bisnis yang Kompetitif dan Menyusun Rencana Strategis yang Solid)*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Jauhari, J. (2015). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL.*

2, NO. 1. Halaman 159-168. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/130277-ID-upaya-pengembangan-usaha-kecil-dan-menen.pdf>.

Nursanti, M. I. T. Lukmantoro, dan N. S. ulfa. (2013). Analisis Deskriptif Penggemar K-pop sebagai Audiens Media dalam Mengonsumsi dan Memaknai Teks Budaya. *Interaksi Online*, Vol. 2, No. 2. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259/2274>

Pearce, John A. dan Richard B. Robinson, Jr. (2014). *Manajemen Strategis: Strategic Management-Formulation, Implementation, and Control*. Jakarta: Salemba Empat.

Prayogo, Kho Ricky. (2016). *Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Pada Mc Cloud Kennel Semarang dengan Pendekatan SWOT*. Semarang: Unika Soegijapranata <http://repository.unika.ac.id/11755/>

Rangkuti, Freddy. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Revida, Erika. (2021). *Manajemen Pembangunan Wilayah: Strategi dan Inovasi*. Cirebon: Insania.

Robbins, Stephen P., and Mary Coulter. (2012). *Management*. 11th, New Jersey: Prentice Hall

Suhartini, Sri. (2018). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Produk Jamu. *Jurnal Teknologi Pertanian*. Vol. 4 No.3, 169-178. Diakses dari <https://jtp.ub.ac.id/index.php/jtp/article/view/160/530>

Suryana, (2019), *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi 4, Bandung: Salemba.

Syafikarani, Aisyi. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Pemasaran Album K-Pop (Studi Kasus: Weverse Shop – BTS). *Jurnal Tanra Desain Komunikasi Visual*. Volume 8 Nomor 1. Diakses dari <https://ojs.unm.ac.id/tanra/article/download/19114/10669>

Tjiptono, Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Yoman, Chelia. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus Pada Usaha Bobabox Bubble Tea). Medan: Universitas Sumatera Utara <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/44367/170403182.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Ziyya, Anny Abidah. (2019). Perancangan Identitas Brand dan Media Promosi Untuk Bisnis Merchandise K-pop. Surabaya: Universitas Ciputra. Diakses dari <http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/2249>

