

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity*. Free Press.
- Adelia, A. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kerupuk Lemi Pada Era Digital Di Kecamatan Losari Kabupaten Brebes*.
http://eprints.poltektegal.ac.id/294/1/TUGAS%20AKHIR_AYUNDA%20PUTRI%20ADELIA_18030183_6F.pdf
- Alamsyah, D., Indriana, Aryanto, R., & Othman, N. (2021). DIGITAL MARKETING: IMPLEMENTATION OF DIGITAL ADVERTISING PREFERENCE TO SUPPORT BRAND AWARENESS. *Academy of Strategic Management Journal*, 20.
- Amin, N., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624/5947>
- Assa, S., Sondakh, M., & Tulung, L. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK PEMBELI SEPEDA MOTOR YAMAHA N-MAX.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/42860>
- Bernarto, I., Bernarto Margaretha, F, Y., Meilani, C., Masman, R., & Suryawan, I. (2020). The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412.
<https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>
- Chaffey, D., & Smith, P. (2022). *Digital Marketing Excellence (Sixth Edition)*.
- Fawzi, M., Iskandar, A., & Erlangga, H. (2021). *Strategi Pemasaran : Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Fred R., D. (2016). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson.

- Gunawan, A. (2023). *Peningkatan Pendapatan PT Garasi Muda Sejahtera dengan Strategi Digital Marketing*. <http://ejournal.uajy.ac.id/id/eprint/29106>
- Hakim, Mhd. (2020). *ANALISIS DAYA SAING SEPEDA MOTOR MEREK HONDA DAN YAMAHA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI DESA PASAR BARU MALINTANG KECAMATAN BUKIT MALINTANG)*. <https://etd.uinsyahada.ac.id/3506/1/1540200075.pdf>
- Irwanto, J., Murniati, W., & Fauziyah, A. (2021). *Optimization of Digital Marketing Strategy with Implementation of SOSTAC Method*. <http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1963/1/1.%20optimazition.pdf>
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). *ANALISIS SWOT DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN DAN MENGAMBIL KEBIJAKAN YANG TEPAT*. *Journal Research and Education Studies*, 1(1). <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jres>
- Pradnyaswari, N. M. A. D., & Dana, I. M. (2022). *PENGARUH LIKUIDITAS, STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR OTOMOTIF*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 505. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p05>
- Puthussery, Dr. A. (2020). *Digital Marketing: An Overview*.
- Puyt, R. W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. M. (2023). *The origins of SWOT analysis*. *Long Range Planning*, 56(3). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102304>
- Ramadan, M., Aprilina, R., & Disastra, G. (2024). *Analisis Strategi Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Terhadap Minat Beli Smart Mannequin*. 1–6. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/24476/23424>

- Sani, S., & Aslami, N. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18–26. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i1.5>
- Sitorus, S., Romli, N., Tingga, C., Sukanteri, N., & Putri, S. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. Alfabeta.
- Syah, A. (2023). *STRATEGI PEMASARAN* (A. Putranto, Ed.). Widina Media Utama. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/563936-strategi-pemasaran-ab1d5c44.pdf>
- Triyono, R., Mutia, Y. A., Gerhaen Purwansya, Y., Hidayati, N., Pertanian Bogor, I., Yustina, B., Mutia, A., Gerhaen, Y., Institut, P., & Bogor, P. (2022). *Strategi Social-Interactive Marketing Dalam Rangka Menciptakan Brand Awareness dan Brand Image Produk Mobil BEV (Battery Vehicle) Indonesia*. <https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/247/242>
- Yonatan, A. (2023). *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Yusuf, A. (2024). *ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DENGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE SOSTAC DI CV. ULTRAS MALANG*. https://eprints.itn.ac.id/15242/1/2013050_Arvieazabil%20Yusuf%20%281%29.pdf
- Yusuf, A., Ruwana, I., Andjar Sari, S., & Studi Teknik Industri S-, P. (2024). *ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK DENGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN METODE SOSTAC DI*

CV. XYZ. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 7(2).

<https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/11691>

