

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, T. F. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5>
- Annur, C. M. 2024. *Angka Pernikahan Turun pada 2023, Rekor Terendah Sedekade Terakhir*. Diakses pada 25 Mei 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/dc95658b883c7ff/angka-pernikahan-turun-pada-2023-rekor-terendah-sedekade-terakhir>
- Fatmarani, S. 2024. *Menggali Peluang Bisnis Jasa Dekorasi Pernikahan Masa Kini, Dijamin Cuan!* — diakses pada 25 Mei 2025, dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/menggali-peluang-bisnis-jasa-dekorasi-pernikahan-masa-kini-dijamin-cuan>
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi*. Jakarta: Pascal Books
- Irawan, E. 2023. Konsep Strategi Word of Mouth Marketing dalam Peningkatan Pengembangan Bisnis : Suatu Tinjauan Literatur. *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 293–303. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.482>

- Kurniawan, A. 2018. Strategi Pengembangan Bisnis pada Ud. Sumber Urip. *Agora*, 6(2), 287-153.
- Kuswandi, S., & Surya, C. M. 2021. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Kredit Serta Usulan Program Kerja dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(2), 149-170.
- Moriansyah, L. 2015. Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents And Consequenc-Es. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Oscario, A. 2013. Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. *Jurnal HUMANIORA*, 4(1), 191–202.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. 2016. Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 144–157.
- Prayudi, D., & Yulistria, R. 2020. Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–240.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Puspanidra, T., & Valdiani, D. 2018. KOMUNIKATOR DALAM STRATEGI ENDORSEMENT (Studi Strategi Endorsement Produsen Kerudung Voal di

Instagram). *Jurnal Wahana*, 24(2).

<https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana/article/view/945>

Putra, I. G. N. A. B. (2017). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan keunggulan pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397-406.

Putri Sholihah, A., Irfan Hilmi, M., Luar Sekolah, P., Jember, U., & Timur, J. 2024. Pola Kemitraan Pentahelix Untuk Peningkatan Kompetensi Pemasaran Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL COMM-EDU*, 7(2), 2615–1480.

Riyono, & Budiharja Gigih Erlik. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.

Salim, Y. A. 2022. Perancangan Sistem Informasi Penjualan Jasa Dekorasi Pada CV The Swan Decoration Berbasis Website/Yonathan Anka Salim/47180526/Pembimbing: Humdiana.

Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. 2023. Teknik Analisis Swot Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8–19.

Setiarini, S. E. 2013. Business Plan Sebagai Implementasi Kewirausahaan Pada Pembelajaran Ekonomi Di Sma. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, 8(2), 146–155.

Sudirman, I. & Musa, M, I 2023. *Strategi Pemasaran*. Sulawesi Selatan: Intelektual Karya Nusantara

Sulistyorini, Rizkiana, C., & Kusmawati, C. A. 2022. "Strategi Bersaing Dalam Melewati Pandemi Covid-19" (Studi Kasus Pada Umkm Jajanan Endolita Kabupaten Demak)". *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(1), 8–19.

Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. 2024. Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153.

<https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.967>

