

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, P. F. & Reza, W. P. (2022). Strategi Pengembangan Usaha 'Dika Ban Kalasan' dengan Pendekatan Matriks SPACE (Pendekatan Studi Kasus). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(2), 203-218
- Andi Hepy Susanti, Meylia Vivi Putri, Sanusi, & Dwiky Nofrian Suhendar. (2021). Usulan Strategi UMKM Produk Fashion Budaya Dengan Metode SWOT (Studi Kasus Toko Fashion Pondok Warisan Budaya)
- Aisyah, S., D. Asfan., & Iffan Maflahah. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Jamu Gendong di Kecamatan Blega Kabupaten Bangkalan
- Ayu, I., Suwiprabayanti, G., Jayaningsih, A. A. R., & Suhardiyani, P. E. (2021). Peningkatan Kemampuan Promosi Online. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 7–9.
<http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5325%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/5325/3170>
- Bismala. L. (2022). Perencanaan Strategi Usaha Kecil Menengah Keripik Singkong Dengan Matrix Strategic, Position, and Action Evaluation)
- Dewi, R. A., David, O. S., & Matria, M. D. W. (2020). Analisis I-E (Internal-Eksternal) Matriks dan Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) dalam Pengembangan Usaha Nugget Ikan
- Dwinita Laksmidewi. (2014). Partisipasi Pelanggan, Anteseden Dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Jasa: Perspektif Service-Dominant Logic. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 22–37.
- Gunawan, S., Triasesiarta, N., & Edi, W. W. (2021). Analisis Strategi Bisnis PT Pratiwi Ekasindo Tama (Studi Kasus Pada Jasa Logistik dan Kepabeanan di Jakarta)
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan business model canvas (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131-142.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14th edition. Pearson.
- Laynita Sari. (2020). Analisis Perumusan Strategi Bisnis Pada PT Tri Wanka Sejahtera
- Mehrabian, A., & Russel, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. The MIT Press.

- Nurjannah, I. D., Dewi, Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.10.006>
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Purnomo, P., Ekawati, Y., Noya, S., Hadi, Y., Oktiarso, T., & Putrianto, N. K. (2021). Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Ricebowl Ikan Tuna Suwir Mangathat di Malang: Analsis Kelayakan. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung* (Vol. 1, pp. 143-153).
- Ronggo, R. B. D. (2015). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Metode SPACE (Strategic, Position, and Action Evaluation) dan AHP (Analytical Hierarchy Process) (Studi Kasus di Restoran Gule Kepala Ikan Mas Agus).
- Sabrina, S. D. U., Siti, A., & Ardian, W. (2022). Strategi Keunggulan Bersaing Patra Semarang Hotel & Convention Dengan Matriks IE, SPACE, dan Profil Kompetitif
- Shams, R., Chatterjee, S., & Chaudhuri, R. (2024). Developing brand identity and sales strategy in the digital era: Moderating role of consumer belief in brand. *Journal of Business Research*, 179, 114689. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114689>
- Sultan, H., Darsono, & Erlyna, W. R. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Keripik Bakso Goreng Sumber Rejeki Dengan Pendekatan SPACE
- Sun, R., & Gregor, S. (2023). Reconceptualizing platforms in information systems research through the lens of service-dominant logic. *The Journal of Strategic Information Systems*, 32(3), 101791. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2023.101791>
- Septyani, D. A. (2024). Menciptakan Rice Bowl (Hematchicken. Id) Yang Kreatif Dan Inovatif Dalam Program Wirausaha Merdeka. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 4(11), 91-100.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44(1), 5–23. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0456-3>

- Veleva, S. S., & Tsvetanova, A. I. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 940, No. 1, p. 012065). IOP Publishing.
- Wu, C.-W., Botella-Carrubi, D., & Blanco-González-Tejero, C. (2024). The empirical study of digital marketing strategy and performance in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123142. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123142>

