

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Andi. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87–94. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>
- Bahwiyanti, J., & Sugiannor, S. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Paris Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(1), 58–68. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i1.189>
- Dasmasele, V. M., Morasa, J., & Rondonuwu, S. (2020). Penerapan Total Quality Management terhadap produk cacat pada PT. Sinar Pure Foods International di Bitung. *Indonesia Accounting Journal*, 2(2), 97. <https://doi.org/10.32400/iaj.27796>
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. (2019). *The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi” Pak Man Semarang. Journal of Management, Vol. 5, No. 5*.
- Desy Oktaviani, C. W. (2022). *Tinjauan Kebijakan Penetapan Harga Produk Pada Konsumen Kantor Pos Bandung (40111)*. 6(1), 991–1003.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Deni Apriadia, A. Y. S. (2017). *E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136. <https://doi.org/10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002>
- Erna Mulyati, Reza Fayaqun, A. N. A. (2022). *Pengendalian Persediaan Bahan Bakar Minyak Jenis Solar Menggunakan Metode Probabilistik Continuous Review Di Pt Xyz*. 12(02), 15–20.

- Elaydi, H. O. (2018). *The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness Through Facebook: An Individuals-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt*. *Open Access Library Journal*, 5(10), 1–5. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104977>
- Gusfa, D. P. dan H. (2018). *Pengaruh content marketing terhadap pembentukan brand awareness pada kalbis institute*. 8(2), 45–57.
- Gwynne Richards. (2011). *Warehouse Management A Complete Guide To Improving Efficiency And Minimizing Costs In The Modern Warehouse*.
- Halilović, E., Bajrić, H., Melin, K., & Neimarlija, E. (2023). Strategies for Reducing Excess and Obsolete Inventory. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 687 LNNS, 396–410. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31066-9_44
- Herjanto, E. (2008). *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Grasindo.
- Herjanto, E. (2003). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Cetakan Ketiga. PT. Grasindo, Jakarta.
- Hadiguna, R. A. (2009). *Manajemen Pabrik, Pendekatan Sistem untuk Efisiensi dan Efektivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kumar, Y. (2017). FSN Analysis for Inventory Management – Case Study of Sponge Iron Plant. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 5, 53–57. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2017.2008>
- Keown, A., Scott, D, F., Martin J, D., dan P. W. J. (2000). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, K. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta.
- Kaltum, U., Pramudya, U. W., & Zusnita, W. O. (2018). Pengendalian Persediaan *Slow Moving Item* PT PLN (Persero) Area Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 5(3), 412–424. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i3.176>
- Kusuma, V. A. M., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. K. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Dan Menengah (Ukm) Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *Jurnal Cafeteria*, 3(1), 24–35.

- Ledford, J. L. (2009). *Search Engine Oprimization*. Canada: Wiley Publishing inc.
- McCann, B. T., & Shinkle, G. A. (2023). A behavioral view of SME product termination decisions. *Journal of Small Business Management*, 61(4), 1529–1562. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1844488>
- McCue, I. (2020) *Obsolete inventory guide: How to identify, manage & avoid it*, Oracle NetSuite.
- Muhtarudin & Tuti Sulastri. (2019). Perlakuan Akuntansi Produk Rusak Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi. *PERLAKUAN AKUNTANSI PRODUK RUSAK DALAM MENENTUKAN HARGA POKOK PRODUKSI (Studi Kasus Penentuan Biaya Produksi di Kawasan Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)*, 3(c), 01. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss1.pp81-95>
- Maylinda, S., & Sari, I. P. (2021). Optimalisasi Integrated Digital Marketing Dalam Strategi Pemasaran Umkm Imago Raw Honey. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 521. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.9940>
- Mas'Ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Musfila, A., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2022). Strategi Marketing Communication Mix Cahaya Ricky Kota Tapaktuan Aceh Selatan Dalam Memasarkan Manisan Pala. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 2(1), 20–28. <https://sister.utu.ac.id/JIMSI/article/view/4888/2722>
- Mubarok, A., Dinantara, M. D., Susanto, Zulfitra, & Sahroni. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Marketplace dalam Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Desa Pabuaran. *Abdi Laksana*, 2(3), 534–539.
- Ni'mah, Z., & Farida, Y. (2019). Multi Unit Spares Inventory Control-Three Dimensional (MUSIC 3D) Approach to Inventory Management. *Jurnal Matematika "MANTIK,"* 5(1), 19–27. <https://doi.org/10.15642/mantik.2019.5.1.19-27>

- Nur, S., Islam, A., Syariah, E., Islam, U., Muhammad, K., & Al-Banjari Banjarmasin, A. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Menurut Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pt. Coronet Crown Cabang Kalimantan Selatan 1). *Universitas Islam Kalimantan Mab*. [Http://Eprints.Uniska-Bjm.Ac.Id/7143/](http://Eprints.Uniska-Bjm.Ac.Id/7143/)
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 6
93. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Pradana, V. A., & Jakaria, R. B. (2020). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Gula Menggunakan Metode EOQ Dan Just In Time. *Bina Teknika*, 16(1), 43. <https://doi.org/10.54378/bt.v16i1.1816>
- Ristono, A. (2013). *Manajemen Persediaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ristono, A. (2009). *Manajemen Persediaan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Robi'ul Afif Nurul 'Aini, M. (2020). *STRATEGI SEGMENTASI, TARGETING DAN POSITIONING (STP) LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*. 2, 23–43. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/tsaqofi/issue/view/842>
- Romadhon, P. N., Rizqi, A. W., & Hidayat. (2023). *Analisis Pasar Segmentation, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix 4P*. 9(1), 80–85.
- Ramdani, S., Primadani, B., & Putri, S. (2021). *Implementasi Marketing Communication Mix Pada Alexa Vape Store Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19*. 8(5), 6805–6816.
- Rambitan, B. F., Sumarauw, J. S. B., & Jan, A. H. (2018). Analisis Penerapan Manajemen Persediaan Pada Cv. Indospice Manado. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1448–1457.
- Sari Yanti Girsang, Nur Prima Waluyowanti. (2019). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Garam Menggunakan Metode EOQ (Economic Order Quantity) pada Pabrik Es Wira Jatim. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–17.
- Sani, S. A., & 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.
- Santi, N. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Pt Armada Tunas Jaya Magelang. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 1–13.
- Sohail, A. (2012). *Search Engine Optimization Methods & Search Engine Indexing for CMS Applications, Master's Thesis, Lappeenranta University of Technology*.
- Sunarto, A. (2009). *Seluk Beluk E- Commerce. Panduan Bagi Pemula untuk Menjual Produknya Melalui Internet*. Jogjakarta: Garailmu.
- Umami, Z., & Darma, G. S. (2021). *Digital Marketing: Engaging Consumers With Smart Digital Marketing Content*. 23(2), 94–103. [https://doi.org/10.9744/Jmk.23.2.94–103](https://doi.org/10.9744/Jmk.23.2.94-103)
- Untari, R., & Sanjaya, R. (2020). *Penggunaan e-Marketplace untuk Pengrajin Tenun Sumba*. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 1–16.
- Wasliah, L., & Maida, S. T. (2022). VISIONER : Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosial Politik Strategi Komunikasi Pemasaran Bauran Mix Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Deskriptif Kualitatif pada PT Bank Bukopin). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosial Politik*, 4(1), 36–41.
- Wijayanti, P., & Sunrowiyati, S. (2019). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku guna Memperlancar Proses Produksi dalam Memenuhi Permintaan Konsumen pada UD Aura Kompos. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran)*, 4(2), 179–190.
- Wisataone, V., AW, S., & Hidayati, U. (2021). Penggunaan Marketplace Untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(6), 4–12.
- Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). *Measuring Consumer Perception of Social Media Marketing Activities in E-Commerce Industry: Scale Development & Validation*. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1294–1307. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.06.001>
- Zulfiana, & Apriyono, T. (2022). Analisis Efektivitas Strategi Sales Promotion Terhadap Volume Penjualan Mie Sedaap Pada Pt Muncul Jaya Sentosa, Di

Kabupaten Mimika, Provinsi Papua (2016-2018). *JURNAL ULET (Utility, Earning and Ta*, 6(1), 76–89.