

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2004). *Membangun merek yang kuat*. Penerbit Erlangga.
- Aguilar, F. J. (1986). *Pemindaian lingkungan bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alma, B. (2003). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Ansoff, H. I. (1995). *Strategi korporat: Pendekatan analitik untuk kebijakan bisnis dalam pertumbuhan dan perluasan*. Penerbit Erlangga.
- Barney, J. (1991). Sumber daya perusahaan dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 101–115.
- David, F. R. (2004). *Manajemen strategis: Konsep-konsep*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Daryanto, A. (2012). *Pemasaran*. Gava Media.
- Daryanto, M. (2019). *Manajemen pemasaran*. Satu Kuliah.
- Dewi, E. K., & Kusuma, L. (2021). Strategi pemasaran online terhadap minat beli frozen food dengan variabel moderasi perilaku konsumen saat pandemi COVID-19. *Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(1), 33–45.
- Fandy Tjiptono, & Chandra, G. (2016). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Fasha, & Ferdiana, A. (2021). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli brand ambassador dan brand image. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 32.
- Fitriani, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian tindakan kelas dan studi kasus*. CV Cempaka.
- George, S., & Milner, J. (n.d.). *Manajemen strategis*. Erlangga.
- Hamid, M. (2003). *Manajemen*. Unit Penerbit.
- Hartawan, & Liu, D. (2021). Pengaruh iklan di media sosial Instagram terhadap minat beli masyarakat pada e-commerce. *Jurnal Media Sosial*, 8(1), 220.
- Hilmiatus, S. (2019). Konsep pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPMM Universitas Asahan*, 5(2), 33.
- Ilhami, & Setiadi, T. (2022). Penguatan produk dapur Riswi guna meningkatkan

- penjualan melalui peningkatan strategi pemasaran. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks*, 5(2), 45.
- Isnaida, M., Muchtar, M., & Harahap, M. A. (2022). Implementasi marketing mix dalam upaya peningkatan penjualan butik muslimah di Kota Tanjung Pura. *Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 43.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (ed. 10). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-dasar pemasaran* (ed. 10). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2000). *Manajemen pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.
- Lestari, D. (2022). Optimalisasi promosi digital untuk usaha mikro: Studi kasus mikro-influencer. *Jurnal Pemasaran Digital*, 15(1), 45–60.
- Lubis, A. N. (n.d.). *Strategi pemasaran dalam persaingan bisnis*. Universitas Sumatra Utara.
- Lupiyoadi, H., & Hamdani, D. (2006). *Manajemen pemasaran jasa* (ed. 2). Salemba Empat.
- Maulidah, & Rusanti, I. (2021). Faktor-faktor mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. *E-Jurnal*, 10(3), 45.
- Muh Fitrah, & Luthfiyah. (2017). *Metodologi penelitian tindakan kelas dan studi kasus*. CV Cempaka.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen pemasaran modern*. Yrama Widya.
- Porter, M. E. (1995). *Strategi bersaing: Teknik untuk menganalisis industri dan pesaing*. Penerbit Erlangga.
- Porter, M. E. (2006). *Keunggulan kompetitif: Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*. PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Purwanto, I. (n.d.). *Manajemen strategi*. Yrama Widya.
- Putri, M. (2021). Tantangan dan solusi distribusi produk melalui platform e-commerce. *Jurnal Logistik dan Distribusi*, 18(3), 78–91.
- Raharjo, B. (2020). Diversifikasi saluran distribusi dalam menunjang kemandirian usaha mikro. *Jurnal Ekonomi Digital*, 19(1), 34–48.

- Rahmat, P. S. (2020). Fenomena cara belanja online shop di kalangan mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNIKU). *Equilibrium*, 5(9), 1–2.
- Rambe, D. N. S. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 24.
- Santoso, R. (2018). Manajemen stok produk custom dalam industri kreatif. *Jurnal Manajemen Operasional*, 11(3), 112–129.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. UB Press.
- Sofjan, A. (2013). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Wahyuningrum, S. (2020). Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 14(2), 120–125.
- Wahyuningrum, R. (2019). Analisis strategi e-marketing untuk meningkatkan minat beli online. *Jurnal Tekinfo*, 20(1), 13.
- Wardaya, D. (2016). *Manajemen pemasaran untuk mahasiswa dan UMKM*. Deepublish.
- Wawancara dengan Bapak Bowo, Karyawan HMTN Industries pada 19 September 2024.
- Wawancara dengan Bapak Erwin, Konsumen Tetap HMTN Industries pada 18 September 2024.
- Wawancara dengan Bapak Hamid, Pemilik Usaha Sablon HMTN Industries pada 19 September 2024.
- Wawancara dengan Bapak Irfan, Konsumen Tetap HMTN Industries pada 18 September 2024.
- Wawancara dengan Bapak Syihabudin, Karyawan HMTN Industries pada 19 September 2024.
- Wawengkang, M., & W. J. Imelda. (2022). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM di Dinas Koperasi dan UKM Daerah Provinsi Sulut. *Jurnal EMBA*, 10(4), 18.
- Wirayanti, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh harga, citra merek, dan kualitas terhadap minat beli produk privat label. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*