

DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, & Emmanuel. (2012). Penerapan Tujuh Dimensi Pemasaran Dalam Entrepreneur Marketing Di Indonesia. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(5), 1–6.
- Effendy, A. A. (2018). *Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales at PT. Karya Tunggal Properti*. 4(2), 103–108.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Konsep , Teori dan Implementasi*.
- Hawaldar, I. T., Ullal, M. S., Sarea, A., Mathukutti, R. T., & Joseph, N. (2022). The Study on Digital Marketing Influences on Sales for B2B Start-Ups in South Asia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc8010023>
- Hignasari, L. V. (2021). Analisis Peningkatan Industri Start Up Di Bidang Pendidikan Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Vastuwidya*, 4(1), 50–58. <https://doi.org/10.47532/jiv.v4i1.251>
- Jabat, D. E. B., & Saragih, V. (2021). Perkembangan Startup Teknologi Pendidikan (Edtech) Di Masa Pandemi Covid-19. *Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi*, 1(2), 75–80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *“Marketing Management Edisi 16.”* Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition (Terjemahan)*. Erlangga.
- Maula, N. (2020). Analisis Pengaruh Eksternal Pada Perusahaan Start-Up Bidang Pendidikan: Penggunaan Teknik Analisis Pest Di Cv. Big Edu Indonesia. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 4(1), 645–658. <https://doi.org/10.37250/newkiki.v4i1.59>
- Maula, N., & Colombo, J. (2019). Strategi Pemasaran Perusahaan Start-Up Pada Bidang Pendidikan Di Cv. Big Edu Indonesia Marketing Strategy At Start-Up *CR Journal*, 5(2), 85–92. <https://scholar.archive.org/work/pbtvkfuiz5bfhheyvq567sk4s4/access/waybac/http://crjournal.jabarprov.go.id/index.php/crj/article/download/221/pdf>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*

A Methods Sourcebook. SAGE Publications.

Moleong, L. . (2013). *Metode Penelitian Kualitatif* (revisi). Remaja Rosdakarya.

Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*
Analysis of Marketing Strategy to Increase Sales at Ibu Bagas ' s Business in Mamuju District. 1(1), 1–13.

Rachim, F. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2009). *Penerapan Segmentasi , Targeting Dan Positioning Pada Pt Nusadana Capital*.

Roza, L., Aulia, N., & Zulherman. (2021). Analisa Pemanfaatan E-Learning Menggunakan Data Statistik Pengguna Aplikasi Startup Pendidikan Selama Wabah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 9(3), 391–406. <https://doi.org/10.24815/jpsi.v9i3.20396>

Widharta, W. P. (2013). Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Dama. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.

Winardi, S. (2019). *Sales and marketing strategy*.