

## REFERENCES

- Amir MS, (1992). Pengetahuan Bisnis Ekspor Impor Seri Umum No 8, PT. Pustaka Binaman Pressindo: Jakarta
- Amir MS, (2004). Strategi Memasuki Pasar Ekspor. PPM. Jakart
- Arikunto, Suharsimi. (2006). Metode Penelitian Praktek, Rineka Cipta: Jakarta
- Ball, Donald A et-al. (2004). International Business: Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Charity, S.D., Edy Y., Wilopo. (2016). Analisis Strategi dalam Memasuki Pasar Internasional (Studi Kasus pada PT Telekomunikasi Indonesia dalam Ekspansi di Myanmar). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 32 No. 1 Maret 2016| [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Dunn, Al-Lourna, Suharyono, Wilopo. (2015). *Analisis Strategi Negosiasi dalam Memasuki Pasar Luar Negeri (Studi Kasus pada PT Dan Liris Sukoharjo)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 23 No. 2 Juni 2015| [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- SHIH-YU, C. H. A. N. G. (2019). The era of artificial intelligence: Relationship between Taiwan's machine tool international trade show marketing and international agents. International Journal of Business and Economic Affairs, 4(3), 116-123.
- Feriyanto. (2015). Perdagangan Internasional "Kupas Tuntas Prosedur Ekspor Impor". Yogyakarta: PT. Pustaka Baru
- Haspianti, Y. (2018). Analisis Strategi Memasuki Pasar Internasional (Studi pada Wuling Motors Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).Jurnal
- Kusumaningrum, Diana Dewi. (2009). Strategi Pemasaran Ekspor dalam Memasuki Pasar Internasional pada Perusahaan Dian Mandala Yogyakarta.Surakarta.
- Minarsch, D., Favorito, M., Hosseini, A., and Ward, J. (2020, May). Trading agent competition with autonomous economic agents. In Proceedings of the 19th International Conference on Autonomous Agents and MultiAgent Systems (pp. 2107-2110).

- Moleong. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Passileva, R., and Al Musadieg, M. (2018). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Internasional Produk Baju Busana Muslim (Studi pada PT. Vauza Tamma Abadi). Jurnal Administrasi Bisnis, 57(1), 170-179.
- Porwani, S., and Rochmawati, B. (2021). Strategi Pemasaran Produk Halal Network International Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Palembang 2. Adminika, 7(1), 63-80.
- Robinson, Richard B and Pearce, John. (1997). Manajemen Strategi Cet II, Bina Rupa Jakarta: Aksara.
- Robinson and Pearce. (1997). Manajemen Strategik Jilid I, Bina Rupa Aksara: Jakarta.
- Sobri. (2001). Ekonomi Internasional: Teori Masalah dan Kebijaksanaannya. Yogyakarta: BPFU-UI.
- Tambunan, Tulus. (2001). Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

