

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z., & Amala, R. (2017). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan Publik Di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Manajemen*, 20(2), 262.
- Alisha, U. (2019). Strategi Persaingan Bisnis Waralaba Berbasis Agama. *Human Falah*, 6, 1–18.
- Amin, A. M., & Jonathan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth, Dan Tenaga Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Belting Merek Bando Di UD. Jaya Bersama. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 117–127.
- Annur, C. M. (2024a). *Indonesia Masuk Top 10 Negara Paling Betah Main Medsos*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/16/indonesia-masuk-top-10-negara-paling-betah-main-medsos>
- Annur, C. M. (2024b). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Arifah, N. N., Nurul N, R., Karamy, S., Syafira, F., & Priyanti, K. N. (2023). Penerapan Metode Just In Time Pada Sistem Purchasing Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Restoran Hotel Ascott Kuningan Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 9(25), 665–676.
- Awang Surya, & Wilarso, W. (2022). Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 23–28.
- Danang, S., Widiyanti, B. N., & Susanti, F. E. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis (Konsep dan Tinjauan Beberapa Aspek)* (M. A. Kalijaga (ed.)). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi wirausaha sukses* (D. Effendi (ed.); 2nd ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Indrawati, S., & Setiawan, B. (2020). Penyuluhan Kesadaran Hukum Perlindungan Produk UMKM Di Kabupaten Kebumen Melalui Pendaftaran Merek. *Surya Abdimas*, 4(2), 37–43.
- Indrayani, T., Choirunissa, R., & Tambunan, M. H. (2020). Pengaruh Pemberian Jus Umbi Bit Terhadap Kenaikan Kadar Haemoglobin Pada Ibu Hamil Dengan Anemia Di BPM Miftah Wahyudi Kec. Jatijajar Depok Tahun 2019. *Journal for Quality in Women's Health*, 3(2), 146–152.
- Karundeng, T. N., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757.
- Mahrta, L., Wahjuningsih, S. budi, & Haryati, S. (2021). Pengaruh Penambahan

- Pasta Umbi Bit Sebagai Pewarna Alami Terhadap Karakteristik Fisikokimia dan Sensori Getuk Lindri. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 1–14.
- Marlinda, A., & Soleha, L. K. (2024). Implementasi Strategi Inovasi dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pinangsari, Kabupaten Subang. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi ...*, 4(2), 579–591.
- Mulyadi, E., Dwi Lestari, T., Ajijah, S., & Djuanda, G. (2023). Manajemen Persediaan Umkm Martabak Mini. In G. Djuanda (Ed.), *Penerbit Tahta Media* (Issue SE-Katalog Buku). Tahta Media Group.
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Nurasia, N., Hidayat, R., & Al Anshori, F. (2021). Pendampingan Pengolahan Pangan Dan Pengemasan Produk Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Bidang Pangan Di Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(4), 49–54.
- Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, Emilda, Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74.
- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2017). KOMUNIKASI WORD OF MOUTH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK Bangkalan. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 285–295.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahmayanti, S. (2021). Review Artikel: Tren Dan Kemajuan Terbaru Teknologi Kemasan Sediaan Farmasi (Trend and Recent Advance of Pharmaceutical Packaging). *Farmaka*, 19(1), 26–34.
- Ridwan, M., & Hanafiah, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok. *Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 274–283.
- Sagita, R. A., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 327–340.
- Satriana, F. M., Suryana, N., & Aryani, S. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Terhadap Pembukaan Cabang Katering Anggala Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. *E-Proceedings of Engineering*, 7(2), 5187–5194.
- Setiawati, I., Novandalinda, A., & Prihatiningsih, R. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Online Dalam Peningkatan Penjualan Dan Laba Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 4.
- Shabastian, M., & Samuel, H. (2013). Pengaruh Strategi Harga dan Strategi Produk Terhadap Brand Loyalty di Tator Café Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–9.

- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA PADA PERUSAHAAN KECAP BLEKOK DI CILACAP. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 01(03), 175–190.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2022). Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Riau. *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara Sinagara 2020*, 12–15.

