

DAFTAR PUSTAKA

- Adam.R.P. (2011). Target Pasar Dan Strategi Mempromosikan Produk Teh Di Pasar Global. *Media Litbang Sulteng*, IV, 125–136.
- Agustim, W. (2015). Analisis *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* Melalui Program Siaran pada Radio Mitra Batu. 72–82.
- Agustina, W. (2021). Teknologi Pengemasan, Desain dan Pelabelan Kemasan Produk Makanan. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Budiningrum, E. W., Wahyudiyono, & Murdapa, P. A. (2022). Kemasan Untuk Meningkatkan Kualitas dan Penjualan Produk. *HIKMAYO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 58–67. <http://jurnal.amayogyakarta.ac.id/index.php/HIKMAYO>
- Dahal, R. K. (2018). *Management Accounting Practices and Organizational Peformance. Problems and Perspectives in Management*, 20(2), 33–43.
- Fathurohman, R., Bakar, A., & Fitria, L. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Burung Puyuh Di Daerah Pasir Kawung Cileunyi Kabupaten Bandung. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 02(03), 1–12.
- Ferina Nurlaily, O., Asmoro, S., & Aini, K. (2021). Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone Untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–355. <https://www.liputan6.com/>,
- Gede Arya Sugiartha, I., Gde Bagus Udayana, A., Bagus Ketut Trinawindu, I., Alit Artawan, C., Putu Arya Janottama, I., Indira, W., Gana Hartadi, M., Gede Sanjaya, D., & Nyoman Sanggra, I. (2020). Perancangan Logo, Merek, Label dan Kemasan Air Minum Perumda Air Minum Tirta Sanjiwani. Pusat Penerbitan LP2MPP ISI Denpasar.
- Gilang Romadlon, C., & Atsaris Sujud, F. (2024). Analisis Break Event Point Dalam Penentuan Proyeksi Laba Pada Usaha Toko Kelontong D'Bantar Bamboo Craft Kecamatan Mandiraja Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Tanbih*, 1(2).
- Irrubai, M. L. (2021). Strategi *Labeling, Packaging* dan *Marketing* Produk Hasil Industri Rumah Tangga. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- Jozias V, N. R. T. M. L. (2020). Analisis Segmentasi Pasar Sayuran Organik Di Pulau Saparua Kabupaten Maluku Tengah. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 17(1), 72–82. <https://doi.org/10.20961/sepa.v17i1.42910>

- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, S. N. (2021). Analisis Break Event Point (BEP). *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1), 21–28.
- Meidia, S. (2024). *Indonesian Journal of Public Health and Nutrition* Analisis Kandungan Gizi dan Daya Terima Nugget Ikan Tenggiri (*Scomberomurus Commerson*) dengan Substitusi Tepung Jagung (*Zea Mays L.*). *IJPHN*, 4(2), 225–232. <https://doi.org/10.15294/ijphn.v4i2.59840>
- Musfiroh, I., Susanti, N. N., & Sukmawardani, Y. (2016). Analisis Kalium dan Kalsium pada Ikan Kembung dan Ikan Gabus. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*, 3(1), 26–30.
- Nasution, M. K. M. (2024). Usaha Rintisan (Start-ups). *Jurnal Fakultas Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30639.34729>
- Nur'Aini Fajar. (2020). Teknik Analisis SWOT. *Anak Hebat Indonesia*.
- Nurjaman, U., Khoirunnisa, A., Safitri, D., Daryani, A., Muzakki, A., Pendidikan Islam, M., Sunan Gunung Djati Bandung, U., Nasution No, J. A., Wetan, C., Cibiru, K., Bandung, K., & Barat, J. (2024). Identifikasi Peluang Usaha. *Journal on Education*, 07(01), 1305–1316.
- Nurmila. I.O, & Endang.K. (2018). Analisis Cemaran *Escherichia coli*, *Staphylococcus aureus* dan *Salmonella sp.* pada Makanan Ringan. *Berkala Bioteknologi*, 1(1), 6–11.
- Okiba, M., Elfa, J., Utami, H. N., Saidah, Z., Raya, J., Sumedang, J., & 21, K. M. (2024). Perilaku Pelanggan E-Commerce Bahan Makanan Siap Masak Dan Katering Sehat Dalam Pemenuhan Kebutuhan Makanan Sehat Pada Kondisi Pascapandemi Covid-19. 10(1), 309–315.
- Parwata, I. W. (2015). Analisis Kelayakan Investasi Pembangunan Perumahan Di Tabanan Bali. *Jurnal Teknik Sipil Untag Surabaya*, 8(1), 105–120.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*, 3(1), 71.
- Ramdan, A. M., & dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Zulfa, Ed.). Haura Utama.
- Sahetapy, P. J. (2015). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. 3, 411–420.
- Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Pranowo, D. (2018). Keakraban Produk dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(2), 133–144. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.2.133>

- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Al-Quran Tentang Promosi Penjualan. *Jurnal Ecobisma*, 6, 83–88.
- Syamsuri. (2020). Pengembangan Teknologi Terapan Berwawasan Lingkungan : Menjawab Tantangan Industri 4.0 (W. E. Y. Agus Budianto, Ed.). Ma Chung Press.
- Thariq, S. A., Surti, T., & Swastawati, F. S. (2014). Pengaruh Perbedaan Konsentrasi Garam Pada Peda Ikan Kembung (*Rastrelliger neglectus*) Terhadap Kandungan Asam Glutamat Pemberi Rasa Gurih (Umami). *JPBHP*, 3(3), 104–111.
- Wardhana, A. (n.d.). *Customer Satisfaction Index (CSI)* (M. Pradana, Ed.). Penerbit CV. Eureka Media Aksara. <https://www.researchgate.net/publication/385039913>
- Wardhana, A. (2024). *Customer Satisfaction Index (CSI)* (Pradana Mahir, Ed.). Cv. Eureka Media Aksara. <https://www.researchgate.net/publication/385039913>
- Widyastuti, I., & Mita, D. (2018). Akuntansi Perhitungan Harga Pokok Penjualan Dengan Metode Pesanan Untuk Menentukan Harga Jual. *Jurnal Moneter*, V(1), 74–85.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Jom FISIP*, 4(2), 1–10.
- Yudianto, A., & Munawarah. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Pada Sasirangan E-Comel Desa Telaga Sari Kota Amuntai. *Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai, Administrasi Bisnis*, 4(1), 1.
- Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa *Segmentasi, Targeting, Dan Positioning* Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 79–92.
- Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha UMKM sederhana. *SJEB*, 3(2), 132–149.