

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R. (2021). Pengaruh Lokasi Usaha , Daya Tarik Pesaing , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Mie Ayam Bakso *I Love You* Di Kabupaten Tangerang. 5(3), 225–235.
- Adhari, A., Deffa Ray, M., & Mahvi, M. R. (2025). Aspek Pemasaran. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2(2), 2427–2437.
<https://doi.org/10.62710/mc4xer21>
- Affandi, I., Saragih, D. M., & Harahap, L. M. (2025). Peranan Inovasi untuk Memajukan Bisnis *Start Up* dalam Kegiatan Perekonomian di Indonesia. (April).
- Arifin, S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kue dan Roti di Desa Bugo. 7(02), 848–859.
- Dewi, J. C., & Ulya, L. L. (2025). Strategi Pemasaran pada Wirausaha Kreator Kuliner : Studi Kasus di Ayam Panggang Jon-Gil. 7(1), 448–457.
- Dodol, P., & Chandra, C. V. (2025). Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Produk : 8(2), 603–614.
- Ekonomi, J., Pariwisata, M., Kasus, S., Shopee, P. E., Wijaya, F., & Rakhmawati, S. (2026). Kepuasan Pelanggan : Determinan dan Dampaknya terhadap Loyalitas konsumen tentang barang dan jasa (Fadli & Rubiyanti , 2021). Ketika promosi dirancang secara. 5(November 2025), 203–221.
- Lathifah, L., Wibowo, S., Korespondensi, P., & Wibowo, S. (2024). Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 13 No . 4 Desember 2024 P - ISSN : 2503-4413 Memetakan Segmentasi Target Dan Positioning Produk Kuliner Untuk Perancangan Konten Instagram. 13(4).
- Mahendradatta, U. (2024). Nusantara Hasana Journal. 4(4), 8–19.
- Manajemen, J. M., Badria, F. L., & Tulungagung, U. (2024). Analisis pengendalian persediaan bahan baku kedelai. 3(1), 16–29.
- Manajemen, S., Nahdlatul, U., & Sidoarjo, U. (2023). Strategi pengembangan produk baru sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing perusahaan. 3(2), 22–34.
- Maulana, R. (2025). Strategi Pengembangan Usaha UMKM dengan Analisis SWOT. 2.
- Nugraha, A. P., Ramadhani, G. N., & Rahma, N. (2025). Aspek pasar dalam studi kasus kelayakan bisnis. 1, 371–376.
- Nurjaman, U., Khoirunnisa, A., Safitri, D.,

- Daryani, A., & Muzakki, A. (2024). Identifikasi Peluang Usaha. *Journal on Education*, 7(01), 1305–1316.
- Oldisan, D. (2025). Efektivitas Pemasaran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek : Studi Kasus Pada Startup di Indonesia. 8, 2038–2043.
- Putri, M. K., Rahman, J. S. F. M., Nursyifa, F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G. S., & Agustin, R. (2019). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk *Viefresh* Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2), 156–161. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3133>
- Rikita, R., & Tarmizi, R. (2024). Analisis Dampak Covid - 19 Pada Penataan dan Laba UMKM (Studi Kasus Pada : *Stand Booth Drink Time* Bandar Jaya). 12(1), 72–83.
- Santoso, D. (2021). Strategi Diferensiasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 7(3), 133–148.
- Umam, R. K., Hariastuti, N. P., Teknologi, I., & Tama, A. (2020). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *customer satisfaction indeks (CSI) dan importance Performance analysis (IPA)*. 339–344.
- Wati, S. K., & Gulo, N. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial sebagai alat Promosi Ditinjau dari *Instagram , Facebook , Tiktok dan Whatsapp*. 8(2), 1018–1025. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1319>
- Wawolangi, J. A., Permatasari, A., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., Katolik, U., & Cendika, D. (n.d.). Pentingnya perhitungan biaya produksi untuk penentuan harga jual produk aneka kripik. 62–70.
- Wening, R. R., & Widodasih, K. (2024). Umkm ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran (Studi kasus sop ayam pak mim klaten di cikarang slatan). 9(204), 221–235.
- Zebua, O. K., Zahra, A., Destiyani, S., & Aditya, F. A. (2026). Eksplorasi Peran Strategi Segmentasi , Targeting , Dan Positioning (STP) dalam Membentuk Perilaku Pembelian Konsumen Pada UMKM Kuliner. 9(1), 90–96.