

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., Suhairi, & Bimantaka, Y. (2023). Analisis Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Restoran Mie Aceh Agam Jaya. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(2),.
- Afriani, S., Revolina, E., Soleh, A., Wijaya, E., & Kurniawan, K. (2023). Pengenalan Bauran Pemasaran (4P) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Produk Olahan Siswa Siswi Smkn Agribisnis dangau Datuk Kota Bengkulu. *Jurnal Budimas*, 05(01), 1–6.
- Ananda, R. Y., Sari, N., Saputri, N. E., Ngadiono, A.F., Zaidan, M. Q., Ferdiansyah, A. & Estiasih, S. P. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Aspek Produksi Dan Pemasaran Dalam Mengembangkan Umkm Usaha Tahu Bohar Di Pasar Wage Sidoarjo. *Majalah Ekonomi*, 30(02), 35–44. <https://doi.org/10.36456/majeko.vol30.no02.a9810>
- Astuti, J. W. T., & Mubadillah, R. (2024). Identifikasi Perilaku Konsumen dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Pendidikan di Era Modern. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 1(2).
- Awaludin, M., Andarwulan, N., & Wulandari, N. (2022). Pengembangan Produk Keripik Kelapa Skala Industri Kecil. *Jurnal Mutu Pangan : Indonesian Journal of Food Quality*, 9(2), 103–110. <https://doi.org/10.29244/jmpi.2022.9.2.103>
- Bate'e, A. T., Septiani, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih. RR. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Umkm Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 221–235.
- Dahlia, M. (2021). *Modul Praktikum Cake and Cookies*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Elfyra, R. D., & Nurtjahjani, F. (2023). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Pada Platform E-Commerce Shopee. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 143–148.
- Fatonah, F., Putra, Y. A., Setiawan, C. E., Larson, K., & Nainggolan. Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *JRPP Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7,(4).
- Faiha, G., Cantika, H. S., & Latifah. N. (2025). Peran Material Pengemas Primer dan Sekunder dalam Menjaga Mutu Obat. *OBAT: Jurnal Riset Ilmu Farmasi Dan Kesehatan*, 3(4), <https://doi.org/10.61132/obat.v3i4.1517>
- Handayani, F., Kadang, J., & Syrifuddin, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada Usaha Toreko Implementation

- of Marketing Strategy of STP (Segmenting, Targeting , Positioning) in Toreko Business. *Empiricism Journal*, 4(1), 208–212.
- Hartono, A. A., & Firdausiah, Rr. A. (2024). Studi Perencanaan Bisnis Dalam Rangka Pengembangan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan dan Pengembangan*, 3(4),. <https://doi.org/10.21776/jki.2024.03.4.10>
- Hidayah, N., Puspitasari, W., & Amalia, N. R. (2025). Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ilmiah Edunomika* 2(04), <https://doi.org/10.29040/jie.v9i4.17993>
- Ilmi, I. M. B., & Firgicinia, F. (2025). Bakery Strategi Usaha Bakirtasty: Strategi Usaha Bakirtasty. *Jurnal Inkubator Bisnis*, 2(1), 21–29.
- Isnaeni, Haydar, N. H., Shabrina, E. N., Kemilau, R. C., & Umroh, S. B. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Ieumahfood Ditinjau dari Aspek Pasar dan Pemasaran serta Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(4), 852–863.
- Lainatussita, L., M, H. Z., Ginting, L., & Saragih, V. G. (2025). Dampak media sosial (TikTok dan Instagram) terhadap konsumsi kuliner di bidang bakery: Studi literatur. *Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 5(4). <https://doi.org/10.51878/knowledge.v5i4.8126>
- Liwandy, A., Liwandy, A., Harun, R., & Daud, S. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Kuliner Studi Kasus “Pemek 58 Pahoman” di Bandar Lampung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 892–900.
- Miradji, M. A., Rufianti, A. S., Janetha, A. S. T. Al., Hartono, B., Febrianti, D. R., Salsabilla, F. N. N., Faiza, F. N., & Pribadi, W. D. P. (2025). Aspek Pemasaran, Teknis dan Keuangan Sebagai Peninjauan Studi Kelayakan Bisnis “Lezato Sidoarjo”. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2),
- Parassih, E. K., & Susanto, E. H. (2020). Pengaruh Visual Packaging Design (Warna, Bentuk, Ukuran) dan Packaging Labeling (Komposisi, Informasi Nilai Gizi, Klaim) Terhadap Purchase Intentions Produk Makanan dan Minuman Dalam Kemasan di Jakarta. 21(1), 1–9.
- Prameswari, A. D., Sitorus, O. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKMKuliner Jakarta Timur. *Jurnal Niara*, 16(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/niara.v16i3.15267>
- Pratama, N. D., Maharani, S., Shabrina, S., Hayati, F. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM : Studi Kasus Penggunaan Media Sosial oleh UMKM Kuliner. *Jurnal Ikraith Ekonomika*, 8(3). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v8i3>

- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.705>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>
- Rangkuti, N., Safitri, J. D. (2022). Analisis Pemasaran Untuk meningkatkan Penjualan Pada Toko Sembako Rangkuti. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76. 38+Amelia+Intan+Prasasti+Hal+723-726
- Rodhiah & Valentina. (2024). Pelatihan dalam Menganalisa Peluang Pemasaran UKM Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada bulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sultan Indonesia*, 1(1), <https://doi.org/10.58291/abdisultan.v1i1.202>
- Ropikoh, S., Widjayanti, Idris, M., Nuh, G. M., & Zainal, M. (2024). (The Development Of Food Product Packaging And Storage Technology). *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6, 30–38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
- Septadianto, H. D., Nur, I. N., Karista, S. D., Andika, S., & Widodasih, RR. W. K. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Dapur Bilqis Cake & Cookies Ditinjau Dari Aspek Pasar Pemasaran, Hukum Dan Produksi. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(204), 156–165.
- Setiawan, A. (2018). JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan) Analisis Strategi Pemasaran Yang Tepat Guna Meningkatkan Pangsa Pasar Produk. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 90–99. <https://doi.org/10.32503/jmk.v3i2.351>
- Situmorang, J., Damayanti, M. R., Mupeningtias, R. B., Amanda, A., Hidayat, R., & Ikaningtiyas, M. (2024). *Strategi sukses berwirausaha: Pentingnya perencanaan usaha yang matang*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(3). <https://doi.org/10.62017/wanargi.v1i3.1007>.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, T. S., Asir, M., Anwar, M. A., Herdiyanti, H., & Wijaya, E. (2022). Efektifitas strategi penetapan harga produk barang pada daya beli konsumen. *Jurnal Studi literature. Management Studies and Entrepreneurship (MSEJ)*, 3(4), 2270- 2279. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.1108>
- Widodo, S. M. & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 4(1).

- Widowati, I., Riany, D. A., M., & Andrianto, F. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)*, 12(1), <https://doi.org/10.51132/teknologika.v12i1.161>
- Wijaya, D. D. R., & Daulay, S. R. (2025). Strategi Pemasaran Berbasis Segmentasi: Menentukan, Menganalisis, Dan Meramalkan Pasar Sasaran Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 464–478. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3877>

