

DAFTAR PUSTAKA

- Arfiansyah, T. R. (2022). Sejarah Ayam Geprek, Dipopulerkan Bu Rum di Yogyakarta sejak 2003. *Kompas.Com*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/03/145500565/sejarah-ayam-geprek-dipopulerkan-bu-rum-di-yogyakarta-sejak-2003?page=all>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=Tzk1EAAAQBAJ>
- Aruan, T., & Engolica, E. (2022). Analisis Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Restoran Vegetarian Di Kota Batam. *Jesya*, 5(2), 2008–2024.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.733>
- Augustinah, F., & Widayati, W. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20.
<https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>
- Basuki, R. M. P. A., Agni, N. Y., & Rismoyo, A. K. (2020). Analisa Yuridis Konsep Perjanjian Dalam Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Yuridis*, 7(2), 279. <https://doi.org/10.35586/jjur.v7i2.1648>
- Chaniago, S., Ginting, B., Nabella, S. D., Mahyudin, & Novirsari, E. (2021). *Keputusan Pembelian Pengguna Ovo Ditinjau Dari Kemudahan, Price Discount Dan Kepuasan* (Issue April 2022).
- DuFault, D. V., Constantino, R., & Meszaros, I. (1980). Neocolonial Identity and Counter-Consciousness. *Pacific Affairs*, 53(2), 372.
<https://doi.org/10.2307/2757514>
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., A, M. U., Egim, A. S., & others. (2022). *Strategi Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi. <https://books.google.co.id/books?id=u-aWEAAAQBAJ>
- Elvania, D. I. (2018). Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode Variabel Costing Guna Penentuan Harga Jual Produk Tahu Takwa (Pada Usaha Bintang Barokah Kediri). *Simki-Economic*, 2(2), 2–10.
http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2018/b47afd5e1d78089a5d0307d054eb35a5.pdf
- Fadhallah, R. . (2021). *WAWANCARA*. UNJ PRESS.
<https://books.google.co.id/books?id=rN4fEAAAQBAJ>
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>

- Fitriyani, A. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Pada Toko Pusat Oleh-oleh Al-Barokah di Kota Semarang)*. Universitas Semarang.
- Genesisius, & Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian di Pempek G Putra. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 3185–3205.
- Harianto, K. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Aulya Kediri. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi Bisnis*, 6(2), 19–31.
- Hermawan, S. (2020). Buku Ajar Manajemen Strategi & Resiko. In *Buku Ajar Manajemen Strategi & Resiko*. Deepublish. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-72-8>
- Heryana, A. (2018). *INFORMAN DAN PEMILIHAN INFORMAN DALAM PENELITIAN KUALITATIF*. Universitas Esa Unggul.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Hidayati, A., Wa Ode Sifatu, Maddinsyah, A., Sunarsi, D., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara (CMN). <https://books.google.co.id/books?id=KCgWEAAAQBAJ>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Imam Ahmad, S. K. M. K., Dr. Ir. Nico Djundharto Djajasinga, M. S. C. I. P. M., Sri Dweni Astuti, S. E. M. M., Annisa Sanny, S. E. M. M., Nur Cahyadi, S. S. T. M. M., Rullyana Puspitaningrum Mamengko, S. P. M. M., Veni Reza, M. S. S., Indri Ferdiani Suarna, S. P. M. M., Fitri Jayanti, M. P., Reni Helvira, M. E., & others. (2022). *DIGITAL MARKETING (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=g8F8EAAAQBAJ>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indrajaya, Y. C. (2020). Perancangan desain kemasan sambal pecel “Bumbu Ndeso” Blitar. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 7–13.
- Kurniawati, D. (2022). Analisis Total Biaya Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Dalam Meningkatkan Laba Pada UD. Tahu Assit.

Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 1(1), 1–10.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

- Kusumawati, A., Murdiyanto, E., & Muttaqien, Z. (2023). Pengaruh Harga , Promosi Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Honda Scoopy Pada PT . Kembang Jawa Permai langsung di lokasi yakni PT . Kembang Jawa Permai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(6), 55–66.
- Lestari, R., Digidowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tigkat Penjualan Melalui igital Marketing UMKM Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate*, 7(3), 2943–2965.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=CZUDEAAAQBAJ>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroti, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.13-27>
- Prasetyo, I. (2014). Teknik Analisis Data Dalam Research and Development. *UNY: Fakultas Ilmu Pendidikan*, 6, 11. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132310875/pengabdian/teknik-analisis-data-dalam-research-and-development.pdf>
- Putri, A. S. L. A., Tanjung, P. A., Hotimah, U., & Muljadi, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Hijab Chic Square. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 194. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7885>
- Putu Juliani, N., & Kawiana, I. G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1), 129–138.
- Rachmad, R. K. (2022). Implementasi Majamen Operasional Pada Bisnis Thrift Shop dan Cafe. *AOSCM: Articles on Operations and Supply Chain Management (OSCM)*, 1(1).

- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(1), 32–43. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/106>
- Ratnasari, A. D., & Harti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3), 1–11. <http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238>
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=9jT4DwAAQBAJ>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. SAH MEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=pZu-DwAAQBAJ>
- Saleh, S. (2017). Analisis Data Kualitatif. In H. Upu (Ed.), *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramdhan : Bandung. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Santika, D. (2021). Strategi Keunggulan Layanan, Kapabilitas Inovasi dan Daya Tarik Promosi dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Sektor Kuliner Selama Pandemi di Kota Pontianak (Studi Kasus pada Usaha Café dan Restoran di Kota Pontianak) Dewi. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 12(1), 97–108.
- Selong, M. T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minuman Cokelat Kekinian Kota Sorong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 880–887.
- Siagian, A. O., Riesmiyantiningtias, N., & Amalia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Jakarta Utara. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 3(1), 27–36. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>