

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Hamid, D. M., Rumui, N., Kurnia, S., & Mutia, W. 2022. Analisis Perbandingan Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pada Pasar Kelapa Dua Dan Pasar Thumburuni Fakfak. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 171–181.  
<https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.86>
- Amri, M. I., I. Santoso, dan R. L. R. Silalahi. 2017. *Perencanaan Strategi Pemasaran Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus di Sambal Kocok Mamah Sum Gendut Kota Malang)*. (hal. 1–10).
- Anggraeni, N. Y., S. Melinasari, dan H. A. Shieddiqy. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Nyonya Sambel Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor dalam Perspektif Manajemen Syariah. *Sahid Business Journal*, 151(2), 10–17.
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. 2022. Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477.  
<https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Ayuningtyas, V. F. 2023. Strategi Pemasaran Makaroni Pada UMKM Makarina di Kabupaten Jember. *Sipora Repository*, 1–62.  
<https://sipora.polije.ac.id/id/eprint/23188>
- David, F. . dan F. R. David. 2015. *Konsep Manajemen Strategik* (D. A. Halim (ed.); 15 ed.). Salemba Empat.
- Fahmi, S. 2017. *Analisis Perkembangan Riset Pemasaran Tentang Perilaku Konsumen Terhadap Niat Beralih*. 1, 18–31.

- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. 2022. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161.  
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Hairani, F., Damanik, R., Budhi, A. F. 2024. Pengaruh Penggunaan Qris Untuk Meningkatkan Efektifitas dan Efisiensi Pembayaran Umkm di Medan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 166–171.  
<http://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/article/view/826%0Ahttps://jurnalisticomah.org/index.php/jemb/article/download/826/705>
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* ( dan W. H. Adi Maulana, Devri Barnadi (ed.); 12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* (Adi Maulana dan Wibi Hardani (ed.); 13 Jilid 1). Erlangga.
- Layli, A. N., Maidita, C., & Asilmi, C. B. 2022. Pengaruh Desain Kemasan Produk Kecantikan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal Beauty and Cosmetology* , 4(1), 6–13.
- Mahaprastanika, A. K. A. 2021. *Strategi Pemasaran Produk Abon Cabe PT Evia Maju Bersama, Bogor, Jawa Barat*. 1–119.
- Marhumi. 2018. Pengaruh Faktor Internal, Eksternal Organisasi dan Pendanaan Terhadap Mutu Perguruan Tinggi dan Implikasinya Pada Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta.
- Narto. 2021. Strategi Pemasaran untuk Penguatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sambel Instan Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus CV Progressive Gresik). *Jurnal Rekayasa Sistem & Industri (JRSI)*, 8(1), 49–54.  
<http://jr.si.telkomuniversity.ac.id/JRSI/article/view/458>

- Nawastuty, H. D., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. 2022. Pengaruh kelayakan harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 38–45. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10388>
- Nuryanti, B. L., & Rahman, A. Y. 2008. Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya (Survei Pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia). *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 8(2), 31. <https://doi.org/10.17509/strategic.v8i2.1022>
- Prasetyo, V. W. T. 2023. Analisis Strategi Usaha Sambal Pecel Lumpang Mas Kota Madiun. *Jurnal Sains dan Terapan*, 2(1).
- Priyono, M. B., & D.P. Sari. 2023. Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 497–506. [https://repository.uin-suska.ac.id/15231/7/7.BAB II\\_201884KOM.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/15231/7/7.BAB%20II_201884KOM.pdf)
- Purnomo, dan K. Y. F.ebrillyant 2021. Strategi Pemasaran UMKM Iniceker Malang dengan Metode SWOT Dan QSPM. *Jurnal Teknik Industri UMC*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.33479/jtiumc.v1i1.3>
- Putri, I. D., Azahra Fauzita, K., Nursianda, A., Aulianti, F., Rais, E. H., Sibarani, N. K., Wijaya, R., & Rozak, A. 2024. Dampak Alat Pembayaran QRIS terhadap Omzet Penjualan Pedagang Kuliner. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(3), 1–16. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2453>
- Qur'ani, B., T., R., & Widodo, S. 2024. Analisis Pengaruh Penggunaan Kemasan Sekunder Terhadap Penjualan Produk Bakery. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 53–62. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.156>
- Rangkuti, F. 2022. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama.

- Rika Yohana Sari, Rusdinal, & Anisah. 2024. Analisis Swot Sebagai Alat Penting Dalam Proses Perencanaan Strategis Organisasi Non-Profit. *Jurnal Niara*, 17(1), 87–97. <https://doi.org/10.31849/niara.v17i1.19967>
- Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. 2019. Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Repository UM Jember*, 112.
- Sanjaya, P. K. A. dan I. P. Nuratama. 2021. *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah* (M. Yunus (ed.); 1 ed.). Cahaya Bintang Cemerlang.
- Saputra, A. A., & Jaharuddin, J. 2022. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya (Studi Kasus Mahasiswa Feb Umj). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1521. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i4.1185>
- Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. 2023. Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>
- Septiani, C., & Syaifullah, S. 2023. Pengaruh Store Atmosphere, Varian Produk Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hear Coffee Batam. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 80–88. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v11i1.796>
- Sugianto, C. A. dan C. Hongdiyanto. 2017. Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode QSPM Pada Bisnis Sambal Noesantara. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 106–115.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26 ed.). Alfabeta.

- Sulistijowati, R., S. H. Manteu, dan M. Tahir. 2020. Kuliner Sambal Ikan. In *Unpad Press* (1 ed.). Deepublish.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Kuliner\\_Sambal\\_Ikan/efkeEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Kuliner_Sambal_Ikan/efkeEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. 2023. Pengaruh Bentuk Kemasan, Desain Produk dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 111–115.  
<https://doi.org/10.35797/jab.13.2.111-115>
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. 2023. Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1, 1–16.  
<https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Suryanata, I. G. N. P. 2019. *Analisis Lingkungan Bisnis Lembaga Perkreditan Desa (LPD)* (1 ed.). Setia Bakti.
- Sutisna, T., Ikhsan, A., Widiati, S., Sumantri, A. T., & Gunawan, G. 2023. Potensi Fluktuasi Harga Komoditas Pertanian dan Dampaknya di Provinsi Banten. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 16(2), 76.  
<https://doi.org/10.33512/jat.v16i2.23118>
- Suyadi, Syahdanur, dan S. S. 2018. Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Syahnani, F., Ridho Fadilah, I., Nurohim, R., Harto, H., Sandrina Salsabila, G., Nurhaliza, S., Handayani, D. F., Hilyati, I., Linisa Hamzah, A. H., Khairunnisa, F. Z., & Salsabila Ardan, T. 2024. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 259–266.  
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.1847>
- Tiris Sudrartono. 2019. Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Umk. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 53–64.  
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.40>

- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Andi.
- Udin Lestiyono. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara. *UNNES Repository*. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/37919>
- Wiguna, A.W., L.E.Widyatami, F.E.A. Pratama, dan P. Andini. 2022. *Bread Marketing Strategy on Coffee and Bakery Teaching Factory at Politeknik Negeri Jember*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-11-2022.2326524>
- Wijaya, A., & Kinder, L. 2020. Pengaruh Price Bundling dan Product Bundling terhadap Niat Membeli yang Dimoderasi oleh Barang Komplementaritas. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 28–38. <https://doi.org/10.25170/jm.v17i1.866>
- Willis, A., Barus, R. K. I., & Suharyanto, A. 2022. Pengaruh Voucher Terhadap Minat Kunjung Ulang Pada Pelanggan Srikandi Botanica Medan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 4(1), 52–61. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v4i1.1151>