

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, T., & Nugroho, R. H. (2023). Strategi Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Bisnis Bakery. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 97–111. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v2i1.1319>
- Alfera, M., Yusrizal, & Arif, M. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT dan Quantitative Strategy Planning Matrix (Studi Kasus: Bagelan Laksmana Dumai). *ARTI: Aplikasi Rancangan Teknik Industri*, 19(1), 72–79.
- Amanda, M., Febriani, R., Reza, J., & Zulfachmi. (2022). Analisis Strategi Customer Relationship Management Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan UMKM (Studi Kasus: Singgah Selalu & Rumah Kue Alifa). *Jurnal Bangkit Indonesia*, 11(1), 1–6. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v11i1.194>
- Cahyawati, A. N. (2020). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Bakery X Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(2), 113–121. <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v8i2.6893>
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- David, F. R. (2012). *Manajemen Strategis Konsep* (P. Wuriarti (ed.); 12th ed.). Salemba Empat.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep* (N. Puspasari & L. N. Puspitasari (eds.); 15th ed.). Salemba Empat.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Hafsah, L. K., Nurainy, F., Utomo, T. P., & Zulferiyenni. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Bakery (Studi Kasus Pada Usaha Nadia Roti). *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(2), 1–49.
- Kementerian Pertanian. (2023). *Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2023* (Mas'ud & S. Wahyuningsih (eds.)). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/Buku_Statsitik_Konsumsi_Pangan_2023.pdf

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (17th ed.). Pearson Education. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Mait, F. H., Lumanauw, B., & Samadi, R. (2022). Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM Pabrik Roti Nabila Bakery Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 996–1003.
- Noor, Z. Z. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Nurmauludin, R., & Hilman, M. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Roti Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Metode AHP, SWOT, Dan QSPM Di IKM Sari Rasa Bakery Ciamis. *INTRIGA: Info Teknik Industri Galuh*, 02(01), 46–52.
- Paroli. (2023). *Manajemen Strategi* (M. Kusmiati & S. Rusdian (eds.); Issue 1). CV. Aksara Global Akademia.
- Priangga, P. (2019). *Penerapan Metode Perbandingan Berpasangan (Pairwise Comparisons) Dalam Menentukan Keputusan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (Studi Kasus: Bank Bukopin)*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (20th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rochaniyah, F., Fauji, D. A. S., & Purnomo, H. (2024). Analisis Pengelolaan Persediaan Bahan Baku Bakery Pada Papa Cookies Cabang Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 351–359. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4674>
- Sari, D. (2020). Analisis Strenght Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *Pragmatis*, 1(1), 7–14. <https://doi.org/10.30742/pragmatis.v1i1.1052>
- Sitepu, D. L. B., Safri, H., & Hendry, R. S. M. (2021). Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Roti Hasanah Bakery Rantauprapat. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 84–96.
- Sudiastari, N. K. T., & Hartati, P. S. (2022). Pengaruh Product Quality dan Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Reseller Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 2(2), 319–330.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (ed.); 9th ed.). Alfabeta.
- Sundari, S., Mawardi, A. A. K., Subagiyo, A., & Abdurrahman, A. (2022). Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Meningkatkan Mutu dan Daya Saing Camilan Berbahan Baku Mocaf. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 489–495. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v7i3.1758>
- Syahza, A. (2021). *Metodologi Penelitian* (3rd ed.). UR Press.
- Tambunan, W., Amelia, T., & Priyana, F. P. (2019). Perencanaan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Manis Bakery. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 5(1), 23–34. <https://doi.org/10.30656/intech.v5i1.1067>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik: Domain: Determinan, Dinamika* (F. Tjiptono (ed.); 1st ed.). Penerbit ANDI.
- Wijayati, P. D., Suryana, A., & Harianto. (2019). Permintaan Pangan Sumber Karbohidrat di Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 17(1), 13–26. <http://dx.doi.org/10.21082/akp.v17n1.2019.13-26>
- Zahra, F., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2024). Strategi Pemasaran Perusahaan Dalam Mempertahankan Penjualan Pada Bisnis Bakery Lot.Butter. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(2), 1164–1175. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1148>
- Zulfia, H., & Wahyuni, F. S. (2018). Analisa Metode AHP (Analytic Hierarchy Process) Dan TOPSIS (Technique for Order Reference By Similiarity To Ideal Solution) Untuk Sistem Pendukung Keputusan E-Recruitmen Penyiar Radio XYZ. *Jurnal Mnemonic*, 1(1), 32–37. <https://doi.org/10.36040/mnemonic.v1i1.17>