

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, Dian Lestari. 2023. Strategi Branding dalam Mempertahankan Ekuitas Merek Runy Bakery di Banjarnegara. *Skripsi*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Semarang.
- Anwar, Muhadjir. 2020. *Manajemen Strategik: Daya Saing dan Globalisasi*. Banyumas: Sasanti Institute.
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. 2019. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 8(2)*, hal 34–42.
- Bappeda Daerah Istimewa Yogyakarta. 2023. Aplikasi DATAKU: UMKM. Yogyakarta.
- Budiyanto, Hery dkk. 2020. Virtual Expo Menggunakan Panggung Sebagai Solusi Pemasaran Online di masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang, Vol5 (3)*, hal 256-262.
- Charviandi, Adrie dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran (Persepektif Digital Marketing)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- David, Freed R. 2016. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Edisi 15. Jakarta: Salemba Empat.
- Destama, Wiarawan Ahmad. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah CV. Enam Putri Jakarta. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jakarta.
- Fakhrudin, Arif dan Maria Valeria Roellyanti dan Awan. 2022. *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Febry Hardiyanti, Nanda. 2019. Strategi Pengembangan Bisnis Roti Berbasis Syariah di Indonesia (Studi Kasus: Rotte Bakery). *Skripsi*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Kesuma, Soja Lana., Emy Khikmawati, Meilani Anggraini. 2021. Strategi Pemasaran di King's Bakery dengan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri. Vol 2(1)*, hal 81-85.

- Khotimah, K., & Jalari, M. 2021. Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shope Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, Vol 7(1), hal 81–94.
- Komala, Dwi Risma dan Nellyaningsih. 2017. Tinjauan Implementasi Personal Selling pada PT. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung pada Tahun 2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, Vol.3 (2), hal 330-337.
- Mahfudillah, Chamim Thohari. 2021. Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Home Industry Arabian Food di Era New Normal (Studi Kasus Home Industry Makanan Arab di Kecamatan Pagelaran). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang.
- Mukhid. Abd. 2021. *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Murdiyanto, Eko dkk. 2022. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Yogyakarta Yogyakarta: Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran”.
- Mustajab, Ridhwan, 2023. Kinerja Industri Makanan dan Minuman Naik 4.90% pada 2022. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/sektorriil/detail/kinerja-industri-makanan-dan-minuman-naik-490-pada-2022> . Diakses pada 5 Mei 2023 pada 14.53 WIB.
- Parmitasari, Rika Dwi Ayu dan Alim Syariati. 2020. *Manajemen Strategi: Pengantar*. Gowa: Pusaka Almada.
- Pratomo, Sigit Adhi, Sudiyo Widodo, Rifqi Syarif Nasrulloh. 2019. Analisis Faktor Eksternal dan Internal dalam Menentukan Strategi Keberlanjutan Usaha Sentra Mie Soun Desa Manjung Klaten, Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 6(2), hal 120-134.
- Puspitaningrum, Dwi Aulia, Adi Ilcham, dan Khoirul Hikmah. 2021. *Manajemen Strategi dalam Agroindustri Nusantara*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.
- Rajuli, Muyasir. 2022. Strategi Pemasaran Produk Usaha Donat Cinta dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Mataram. Mataram.

- Saaty, T. L. 2008. Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. *International Journal of Services Sciences*, Vol 1(1), hal 83-98.
- Salim, Amir, Fadilla, dan Anggun Permatasari. 2021. Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, Vol7(1), hal 17-28.
- Sibawayh., Muhammad Imam. Nurlina Harli, Msrlianasari Putri. 2023. *Jurnal Pertanian Agros*, Vol. 25 (3), hal 2643-2649.
- Sijabat, Murni Novita. 2019. Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT dan AHP untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: Toko Roti Ayah *Bakery*). *Skripsi*. Universitas Islam Negeru Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Simbolon, Saritoga I. Tinneke M. Tumbel. Olivia F. C. Walangitan. 2022. Strategi Bauran Pemasaran terhadap Penjualan Usaha Kuliner Tripang Garo Uje Desa Kawiley Kabupaten Minahasa Utara. *Productivity*, Vol 3(2), hal 151-156.
- Subagyo, Nur Aini Masruroh dan Indra Bastian. 2017. *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. UGM Press-Grasindo: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tanjung, Ivana. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, Vol 1(2), hal 125-133.
- Veranita, Mira., Lukmanulhakim Almamalik, Sugiyanto Ikhsan. Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 8(1), hal 89-96.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. 2022. Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 11(8), hal 16-24.