

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F., Saputri, M. E., Darsana, I. M., Razak, M., Nuryanto, U. W., Sakti, D. P. B., Alhamidi, E. M. A., Syahputra, Hanafiah, H., Abdillah, F., Nurhayati, N., & Djakaja, F. A. F. (2023). *Manajemen Strategis*. Intelektual Manifes Media.
- Agustina, M., Sanjaya, V. F., & Hasbullah. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Dusun. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(1), 2745–2892.
- Al-Rawashdeh, T. A., Al'azzeh, F., & Al-Tarawneh, F. (2025). An Analytical Hierarchy Process-based Technique for Software Requirements Prioritization. *IEEE Access*, 13, 50603–50610.
- Ariffianto, R. R., & Santoso, B. (2024). Pemanfaatan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis SWOT Dalam Mendesain Strategi Peningkatan Efektivitas UMKM Sidizert. *MUSYAWARAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 66–74.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Bintama, F. A., & Rosiana, N. (2023). Peningkatan Produk Olahan Kakao Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran (Kasus: Pabrik Mini Chokato, Kota Payakumbuh). *Jurnal AgribiSains*, 9(1), 15–27.
- Damanik, D. N., & Aprinawati. (2025). Pengaruh Desain Konten Visual terhadap Brand Awareness dengan Mediasi Engagement pada Akun Instagram @Richofsecondshoes. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 3395–3404.
- Darianto, N. (2023). Kedudukan Organ Perseroan Perorangan Pada Usaha Mikro Dan Kecil Berdasarkan Undang-Undang Cipta. *Jurnal Education and Development*, 11(1), 225–229.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Konsep*. Salemba Empat.
- Dewi, A. S. K. (2022). Karakteristik Perseroan Perorangan Sebagai Perseroan Yang Memenuhi Kriteria Untuk Usaha Mikro Dan Kecil. *Yurispruden : Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Malang*, 5(1), 31.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Feranika, A., Novia Ramadhani, Meisa Sulastri, Mulia Putri Ramadani, & Siti Komalasari. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Lingkungan Eksternal Dan Internal Dalam Menghadapi Kompetitor Di Masa Pandemi Covid 19 Pada Franchise Foresthree Coffe Jambi. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 12–18.

- Fitriana, Nurhasanah, & Amalia, R. (2022). Analisis Data Ordinal untuk Mengetahui Tingkat Persetujuan Pengetahuan dan Pelaksanaan Visi dan Misi Jurusan Statistika FMIPA Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Peluang*, 10(1), 1–13.
- Hamdi, A. S., Rahmat, A., & Indupurnahayu. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Ekonomi Syariah*. Ideas Publishing.
- Hanim, L., & Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. UNISSULA Press.
- Harisudin, M. (2011). Competitive Profile Matrix Sebagai Alat Analisis Strategi Pemasaran Produk atau Jasa. *SEPA*, 7(2), 80–84.
- Haudi. (2021). *Teknik Pengambilan Keputusan*. Insan Cendekia Mandiri.
- Irwanto. (2006). *Focus Group Discussion (FGD)*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Penerbit Erlangga.
- Maulida, E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., Tasrim, Wardhana, A., K, I. G. N. J. A. W., Aprilia, H. D., Yusiana, E., Atika, & Ismail, R. S. (2021). *Manajemen Strategik*. Media Sains Indonesia.
- Nataliningsih, Suseno, G. P., & Karyana. (2018). *Manajemen Strategi Agribisnis*. Alfabeta.
- Oktavianto, R. (2017). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Ritel Toko Avia Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(1), 1–23.
- Pratika, A., Budiarto, & Senjawati, N. D. (2022). Alternatif Strategi Pemasaran Susu Almond Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada UMKM Ralalii. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Puspitaningrum, D. A., Ilcham, A., & Hikmah, K. (2021). *Manajemen Strategi Dalam Agroindustri Nusantara*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.
- Putra, M. R. S., & Joeliant, H. B. (2023). Kedudukan Organ Perseroan Perorangan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023. *Unes Law Review*, 6(2), 5104–5113.
- Rachmadani, R. (2024). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Imc) Terhadap Brand Awareness Di Kalangan*. 7(3), 10788–10794.
- Rachmi, M. P., & Asminah, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kampung Coklat Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(1), 145–148.

- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Retnoningsih, F., Suryawardani, I. O., & Paraning, N. (2016). 44895-ID-pemilihan-prioritas-strategi-pemasaran-coklat-olahan-berdasarkan-metode-analytic. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 5(1).
- Rianti, A. N., Sari, A. P., & Setiawan, W. L. (2025). Strategi Pemasaran Digital dan Branding untuk Meningkatkan Daya Saing. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(2020), 173–177.
- Rifada, A., & Kurnia, P. (2024). Kadar Protein dan Lemak pada Cookies Cokelat Bebas Gluten Berbahan Dasar Tepung Mocaf dengan Substitusi Tepung Ganyong dan Tepung Sorgum. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(6), 2728–2733.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2013). *Decision Making with the Analytic Network Process*. Springer.
- Septiarini, E., Susyani, N., & Manggiasih, T. (2022). Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3), 302–311.
- Sudirman, A., Wardhana, A., & Hartini. (2022). *Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0)*. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Alfabeta.
- Supriadi, A., Rustandi, A., Komarlina, D. H. L., & Ardiani, G. T. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Deepublish.
- Waluyo, D. (2024). UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis. *Portal Informasi Indonesia*.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2003). *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi.