

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Principles of Marketing 17/E-. United Kingdom: Pearson Education
- Malhotra, N. K. (2017). MARKETING RESEARCH sixth edition An Applied Orientation. Upper Saddle River: NJ Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Marketing Management -15/E. England: Pearson Education
- Andriani, S., Pratiwi, D. D., Ariawan, F., Murtianto, Y. H., & Yustinaningrum, B. (2018). Analysis of Consumers' Perception at the Food Court of Lampung Walk by Using Multidimensional Scaling Approach. *Al-Jabar: Jurnal Pendidikan Matematika*, 9(2), 209-219.
- Saville, R., & Mahbubi, A. (2021). Assessing Muslim travellers' preferences regarding food in Japan using conjoint analysis: An exploratory study on the importance of prayer room availability and halalness. *Heliyon*, 7(5), e07073.
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat (2021, November 22). Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Rupiah/Kapita/Minggu), 2021 : <https://www.bps.go.id/indikator/5/2123/1/rata-rata-pengeluaran-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html>
- Wardani, R. A. K., Maryanto, S., & Purbowati, P. (2021). *FORMULASI COOKIES DAN MUFFIN TEPUNG SUKUN* (Doctoral dissertation, Universitas Ngudi Waluyo).
- Adlakha, K., & Sharma, S. (2019). Brand Positioning Using Multidimensional Scaling Technique: An Application to Herbal Healthcare Brands in Indian Market. *Vision*, 24(3), 345–355.
- Vachel, J., & Radianto, W. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada

Jus Buah Depot Salmon Di Surabaya). *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(5), 700-707.

Fatah, A. (2021). Eksplorasi Dukungan Industri Mitra Dalam Pelaksanaan Magang Pada Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka. In *Seminar Nasional Teknologi Pembelajaran* (Vol. 1, No. 1, pp. 282-290).

Permata, D. I., & Andriani, D. N. (2023). Efektifitas Program Wirausaha Merdeka Kampus Merdeka Dalam Meningkatkan Kemampuan Wirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Madiun : Studi kasus Pada UMKM Chantika Catring. In *Seminar Nasional Sosial, Sains, Pendidikan, Humaniora*, 2(1), 365-370.

Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154-162.

Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.

Rompas, J. J., Mananeke, L., & Worang, F. G. (2020). Customer Relationship Management dan Customer Value Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Kredit Komersil PT. Bank Sulutgo Kantor Cabang Utama Manado. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(2).

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 81 Bandung: Alfabeta

Utami, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93