

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Widyakto, Nur Soleh, Dian Triyani, & Rr. Lulus Prapti NSS. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di UMKM Martabak “ Mas Da’i ”*. Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 2(2), 75–90. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i2.711>
- Adi, Ahdiat. (2024). *Pertumbuhan Jumlah UMKM Indonesia sampai 2023*. Dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/07/10/pertumbuhan-jumlah-umkm-indonesia-sampai-2023>. [Diakses pada 10 Juli 2024]
- Aistiawan, MRS, & Andesta, D (2022). *Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT Guna Peningkatan Penjualan Produk Lemari di UD Abdi Rakyat*. Jurnal Serambi, 7(1), 2683 - 2692 <https://doi.org/10.32672/jse.v7i1.3831>
- Amir, A. F, & Chrismardani, F. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Home Industry “Donat Paha Ayam”*. GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 4(1), 103–109. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1006>
- Andy Satia, Diamend Tino Sembiring, Alfred Joven, Sandoko Ompusunggu, Farah Fakhirah Suganda, & Eric Marthino. (2023). *Analisis Penerapan Digital Marketing Pada Umkm Kedai Kopi Nusantara*. Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(4), 333–338.
- Anggito, A. &. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV jejak.
- Annisyah Lubis, L. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Bisnis pada Umkm Falisha Catering Medan*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 8(3). <https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20529>
- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 108-116. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2446>
- Aprilia, Y. & Andarini, S. (2023). Pengaruh Product Quality dan Brand Trust terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Produk Kecantikan Brand Somethinc. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3193-3205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3649>
- Assauri, S. (2013). *Marketing management*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayuni, R., & Permatasari, S. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Donkent Cafe Bengkulu*. Jurnal Multidisiplin Dehasen, 1(4), 495. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i4.2519>

- Cahyanti, N. K. N., Febianti, F., & Suwintari, I. G. A. E. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Restoran Happy Chappy Seminyak*. Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis, 2(3), 754-769. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i3>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Davala, S., & Rachman, M. E. (2024). *Analisis Marketing Mix Pada Penjualan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kopi Krakatau Desa Pasuruan Lampung Selatan*. JURNAL AGRIMANSION, 24(3), 927–936. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v24i3.1593>
- Ekowati, S., Herliani, N. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kue Home Industri Bay Tat Ricka Di Kota Bengkulu*, EKOMBIS REVIEW : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 10(2). DOI: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i12>
- Fatimah, N. O., & Transistari, R. (2022). *Pengaruh Product Diversity, Price Perception, Location, dan Service Quality terhadap Repurchase Intention Konsumen Kopi Njongke Yogyakarta*. Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 3(2), 165-174. <http://dx.doi.org/10.35917/cb.v3i2.342>
- Ferdiko Oktavio, Dita Ayu Sri Maharani, Indah Chrystin Diana, & Jasen Lim. (2023). *Analisa Pengaruh Price, Location, Responsiveness Dan Atmosphere Terhadap Revisit Intention Dimediasi Oleh Customer Satisfaction*. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 3(1), 81–94. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.6024>
- Firmansyah, Hamdan, et al. (2022) *Teori Marketing*. Edited by Masruroh, Aas, CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Gea, S. (2020). Pengaruh segmentasi pasar terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(48). <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginawati, R., Fithrah, D, S. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Florash Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Florash)*, e-Proceeding of Management: Journal. 6(2).
- Hendrawan, H. (2021). *Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro “Bunda Culinary*. JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen), 7 (2), 127. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.4505>
- Hicks, J.M., Page Jr, T.J., Behe, B.K., Densus, J.H., R. dan Thomas. 2005. *Delighted Consumers Buy Again*. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour, 18, pp: 94-104.

- Hidayat, W., & Trifiyanto, K. (2020). Pengaruh Service Quality dan Marketing Mix Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Repurchase Intention pada Roti Banana. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(6), 1016-1037. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i6.698>
- Hidayat, W., & Trifiyanto, K. (2020). Pengaruh Service Quality dan Marketing Mix Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Repurchase Intention pada Roti Banana. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(6), 1016-1037. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i6.698>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). METODE PENELITIAN (M. Pradana, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Inggit Gunwan, K., Mataji, M., & Santoso, S. (2024). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BAKSO SUGIK KECAMATAN SAMBIKEREP SURABAYA. *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis*, 4(01), 22–36. <https://doi.org/10.69957/grjb.v4i01.1574>
- Iqbal, M. (2023). Selama 2022, jumlah UMKM di Kabupaten Tangerang meningkat. Banten IDN Times. <https://banten.idntimes.com/business/economy/muhammad-iqbal-15/selama-2022-jumlah-umkm-di-kabupaten-tangerang-meningkat>. [Diakses pada 15 Juli 2024]
- Junianto, J., Hidayati, SI., Nanang, N., Febrianti, RM. & Reza, M. (2024). *Analisis Pemasaran Otak-Otak Jumbo Ikan Tenggiri Pada UMKM Permai Sari Kabupaten Bandung*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)*. 6(5)
- Kalifatullah Ermaya, S. (2022). *Analisis Bauran Pemasaran Pada UMKM Kuliner. Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3), 435–448. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i3.2498>
- Kotler, & K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2016). *principles of marketing sixteenth edition*.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, P. & Armstrong, G (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hal.
- Kusuma, P. D., & Suryani, A. S. (2017). *Peran customer satisfaction memediasi pengaruh marketing mix terhadap repurchase intention*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3).
- Latief, N., Mandey, S. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). *Strategi SWOT dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Rumah Makan Padang Raya Santiago*

Sario Manado. Jurnal EMBA, 9(2). DOI :  
<https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.34359>

- Lestari, AD, & Dwiridotjahjono, J (2023). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban*. Jurnal Manajemen dan Sains, 8(1), 203-211. DOI 10.33087/jmas.v8i1.954  
Liberty. Yogyakarta.
- Lusiana Rahmawati, & Maharani Ikaningtyas. (2023). *Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack Di Kebumen*. Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat, 1(3), 63–71. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.310>
- Mahendrayanti, M., & Wardana, I. M. (2021). *The effect of price perception, product quality, and service quality on repurchase intention*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(1), 182-188.
- Mahmoud, M.A., Seidu, A.S., Tweneboah-Koduah, E.Y. and Ahmed, A.S. (2024), "Green marketing mix and repurchase intention: the role of green knowledge", *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 15 No. 3, pp. 501-518. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-04-2023-0137>
- Masan, C., Fanggidae, R., Kurniawati, M., & Bunga, M. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Angkasa Baru Kota Kupang*. GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 4(4), 857-862. <https://doi.org/10.35508/glory.v4i4.10913>
- Muhammad Rizky, Yuliati, L., N., & Hasanah, N. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Repurchase Intention Melalui Experiential Marketing dan Brand Trust: Influence of Instagram Social Media Marketing on Repurchase Intention Through Experiential Marketing and Brand Trust*. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM), 9(2), 658. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.2.658>
- Muhtarom, A., Syairozi, M., & Yonita, H. (2022). *Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least*. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2018>
- Murtini, A., Zamhari, & Oktalina, G. (2019). *Analisa Bauran Pemasaran (7p) Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Home Industry Cv Melati Kota Pangkalpinang)*. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb), 6(4), 2354–5682. <https://EJurnal.StieIbek.Ac.Id/Index.Php/Jipmb/Article/View/419>
- Permana, E., Ulfa, T., Diyanti, R.M., & Rahmawati, P.Y. (2024). *Analisis Pemanfaatan Marketplace Shopee Sebagai Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm*. Jurnal Multidisiplin Inovatif. 8(5)

- Putra, E., Ng, D., Wilson, J., Alvina, J., & Ng, S. (2022). *Peningkatan Pelayanan Pelanggan Dan Promosi Umkm La Sano Life Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Angka Penjualan*. ABDI WINA JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT, 2(1), 31-41. doi:10.58300/abdiwina.v2i1.257
- Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz*. Jurnal Bina Bangsa Ekonomika, 15(1), 277–281. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.153>
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyid, A., Yudiandri, T. E., Nurhab., M. I., Papilaya, F., Heryadi, D. Y. (2023). The Effect of Marketing Mix on Repurchase Intention of Hydroponic Farm Vegetable Products. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9 (2), 376–381. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1043>
- Rasyid, N. A. (2024, Maret 8). Soto Betawi dan Rawon masuk top 10 makanan berkuah terbaik di dunia. GoodStats. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/soto-betawi-dan-rawon-masuk-top-10-makanan-berkuah-terbaik-di-dunia-Jw9Dd>
- Riyanto, S. A. (2021). *Analisis SWOT Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Rusandi, Rusli M. (2023). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus*. Jurnal Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam.
- Sahir, S. (2022). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: KBM INDONESIA .
- Sancoko, A.H., & Rahmawati, V. (2019). *Membangun strategi pemasaran UMKM kuliner kajian fenomenologi angkringan di Surabaya*. Jurnal Keuangan Dan Bisnis. <https://doi.org/DOI : 10.32524/jkb.v17i2.579>
- Sancoko, AH, & Rahmawati, V (2019). *Membangun strategi pemasaran UMKM kuliner kajian fenomenologi angkringan di Surabaya*. Jurnal Keuangan Dan Bisnis, DOI : 10.32524/jkb.v17i2.579
- Santika, E. F. (2023). Makanan Nusantara jadi kategori terbanyak yang dijual UMKM Indonesia pada 2022. *Databoks Katadata*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/makanan-nusantara-jadi-kategori-terbanyak-yang-dijual-umkm-indonesia-pada-2022>
- Saputra, H. T. ., Rif'ah , F. M., & Andrianto, B. A. (2023). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM*. Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.31537/jembe.v1i1.1275>
- Shinta, A. &. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: press.
- Siregar. A., Savitri. D., Akbar. M. R., Iqbal. M., Zahra. A., & Wulandari. S. (2023). Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Society 5.0. *El-Mal: Jurnal*

*Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6), 1646-1652.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i6.3129>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

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

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryana, M., & Anggiani, S. (2023). *THE ROLE OF MARKETING MIX (7 P'S) TOWARDS REPURCHASE INTENTION OF ALIBABA'S FRIED BANANA IN BANDUNG CITY*. *Journal of Management, Business and Social Sciences*, 1(1), 67–75. Retrieved from <https://journal.ubl.ac.id/index.php/mabuss/article/view/19>

Susanto, Y., Suharto, A., & Puspitadewi, I. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Umkm Batik Semboro Dengan Metode Stp (Segmentation, Targeting, Positioning) Untuk Meningkatkan Daya Saing*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 143-148. doi:10.36841/jme.v2i1.2664

Swastha, B. & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. (Edisi ketujuh.). Yogyakarta: AAndi Offset.

Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1), 10–26. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.87>

Yin, R. K. (2015). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.

Zeng, F., Hu, Z., Chen, R., & Yang, Z. (2009). Determinants of online service satisfaction and their impacts on behavioural intentions. *Total Quality Management*, 20(9), 953-969.