

Daftar Pustaka

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Yaqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Meilida Eka Sari. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Abdurrahman, Mangunwihardjo, S., & Sufian, S. (2019). Establishing Competitive Advantage To Improve Bussiness Performance. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 23–30. <https://doi.org/10.37673/jebi.v3i1.27>
- Adriansyah, M. F. A., Dellarosawati, M., & A, I. Y. (2022). *Design of Marketing Strategy Using Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Method in DW Ice Cream MSMEs to Increase Sales*. 5(3), 23892–23909. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6412>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Alkharusi, H. (2022). A Descriptive Analysis and Interpretation of Data from Likert Scales in Educational and Psychological Research. *Indian Journal of Psychology and Education*, 12(2), 13–16.
- Ambarwati, Y. (2019). *Analisis Turunnya Omset Penjualan Usaha Gantungan Kunci Oucean Production*.
- Andriani, E., Hana, K. L., Khanifah, A. N., Astutik, M. D. A., & Yurianto, M. R. (2025). Pengaruh Employee Effort, Service Quality, Servicescape Terhadap Customer Delight. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 512–529. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5128>
- Aprilliani, W. A. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Potential Gain In Customer Value (Pgcv) Di Klinik Kecantikan Indah Beauty Care. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Arista, S. W., & Fitriyah, H. (2024). Enhancing Sales through Marketing Strategy and Customer Satisfaction in Culinary MSMEs. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 14(3), 6–14. <https://doi.org/10.21070/ijler.v19i3.1140>

- Athiyah, F. (2024). *Analisis Pengaruh Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja UMKM: Menguji Peran Mediasi Orientasi Inovasi*. Table 10, 4–6.
- Awaloedin, D. T., Asyari, & Putra, S. S. (2023). Pengaruh Strategi Promosi Dan Jumlah Outlet Terhadap Peningkatan Penjualan Lepas Pt Xyz Oleh. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 656–664.
- Azaria, S., Fachrurrazi, & Nuratika. (2023). Implementasi Ekonomi Syariah Pada Model Bisnis Aplikasi Go Jek. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 68–82. <https://doi.org/10.24260/Jkubs.V2i1.900>
- Bandur, Dyah B. A. (2020). Validitas Dan Reliabilitas Alidit An Reliabilit Penelitian. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Bayram, P., & Ruhluel, E. (2021). Factors Influencing Customer Satisfaction and Its Contribution on Customer Loyalty: Case of Restaurant Industry in Turkish Republic of North Cyprus. *Journal of Business Research - Turk*, 13(3), 2305–2319. <https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1263>
- Carolina, V., & Wirawan, C. (2021). Marketing Strategy Proposal for Fresh Beverage Product. *Journal of Management and Energy Business*, 1(1), 35–50.
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Khalik, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 434. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.401>
- Divalona, S., & Sfenrianto. (2023). An Empirical Study on the Factors Affecting Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Online Transportation Apps. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 93–106. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2023.0406>
- Erislan. (2024). Buku Ajaran Manajemen Pemasaran Digital. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Erwinsyah, O. :, Rahmah, D., Penulis, A., Dosen, A., Pada, M., Ekonomi, F.,

- Universitas, B., & Kartanegara, K. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pada The Logoh Smoothies Cafe Di Tenggara. In *Jemi* (Vol. 20, Nomor 2).
- Fadilah, N. Z., & Supendi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 37–50. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p37-50>
- Fajar, A. (2024). *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Spot Café Dengan Menggunakan Metode Costumer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Skripsi Oleh : Addinul Fajar Fakultas Teknik Lembar Pengesahan Tanggal Sidang.*
- Fikri, R., & Belgiawan, P. F. (2023). Proposed Marketing Strategies to Increase Sales of Kira Almond. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(07), 4455–4459. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i7-59>
- Firdaus, M., Jahja, F. A., Santosa, G. N., Elbert, G., Hafsari, I., Yanijaya, M. E., Raynaldo, T., & Rizki, P. N. M. (2023). Strategi dan Pengembangan Pemasaran UMKM “Like Cake” di Masa Pandemi COVID-19. In *Universitas Prasetiya Mulya* (Vol. 6, Nomor 2).
- Hazelia, A. M., & Belgiawan, P. F. (2024). Proposed Marketing Strategy to Increase Sales for Lip Tint (Case Study: Feyrely). *International Journal of Current Science Research and Review*, 07(07), 55–69. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v7-i7-04>
- Hendrian, S., Hakim, A. R., & Syafii, A. (2023). Strategi Pemasaran Digital Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Bisnis: Studi Komparatif Pada Industri Ritel. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(6), 2348–2353. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.444>
- Hutangalung, S. A. (2022). *Analisis Kepuasan Pelanggan Pelayanan Kesehatan Menggunakan Metode Potential Gain In Customer Value (PGCV) Pada Klinik Ade Elisa Kabupaten deli Serdang.*
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

- 8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_MelestarI
- Jati, A. C. P., Purnama, P. A., & Herdina, A. M. (2023). MSME Market Segmentation Analysis for Dessert Culinary Products in Malang Raya. *E3S Web of Conferences*, 388. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338801008>
- Jenifer, S. H., Mandey, S. L., & Palandeng, I. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Umkm Lezato Dessert Desa Klabat) Marketing Strategy Analysis Of Consumer Purchase Interest In The Covid-19 Pandemic (Study Of Msme Lezato Dessert In Klabat Village). In *2185 Jurnal EMBA* (Vol. 10).
- Jumariah, S. N. (2021). Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Rawat Inap Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasien Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi), Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Potential Gain In Customer Value (Pgcv) (Studi Kasus Pada R. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Kory, G. A. P. A., & Sanica, G. (2022). *STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UMKM DI BALI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA NEW NORMAL* (Vol. 06, Nomor 01).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2024). 202a. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Lafida, T. P., & Prasetyo, I. J. (2022). *PENGARUH TERPAAN INSTAGRAM DINKES SURABAYA TERHADAP PARTISIPASI MILENIAL MENGIKUTI VAKSINASI COVID-19*. 1(1), 1–12.
- Meutia, R., & Syardiansah, S. (2021). Strategi Peningkatan Volume Penjualan Melalui Bauran Pemasaran Pada Langsa Town Square. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 27. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2649>
- Mufidah, G., & Setyanto, N. W. (2024). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Di Analysis Of Customer Service Quality Using Servqual Method And Importance Performance Analysis (IPA) Grafik Data Omzet Grafik Data Transaksi Jumlah Transaksi. *Jurnal Rekayasa Sistem Dan*

- Manajemen*, 02(03), 315–323.
- Mukhlis, R. M. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di Restoran Torimoshi Yakitori Bar Semarang. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(6), 4456. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2827>
- Nasution, A. R., Suliawati, S., & Harahap, B. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Paiseen Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Potential Gain in Customer (PGCV) UPT Puskesmas Tanjung Morawa Unit Rawat Jalan. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 2(3), 280–286. <https://doi.org/10.56211/blendsains.v2i3.440>
- Neisia, T. C., Kalangi, & Walangitan, O. (2019). *No Title*. 6(3).
- Pakpahan, R., Putri, Y., Hardini, K., & Gandhy, A. (2024). The effect of marketing mix on the purchase decision of wall's cornetto ice cream. In *Science and Technology ISST* (Vol. 3).
- Purba, J. H. V., & Sulistiono, S. (2019). Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 85–92. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.257>
- Purnomo, R. A. (2019). Strategi Pengembangan Produk Kuliner Di Pusat Kuliner Pratistha Harsa Purwokerto. *Jurnal Ekonomi*, 21(1), 91. <https://doi.org/10.24912/je.v21i1.384>
- Putri, R. A. K. (2023). *Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Progam*.
- Raharjo, T. H., Mulyono, K. B., Ismiyati, I., & Jaenudin, A. (2023). HEISQUAL – ACSI – IPA – PGCV: Synthesis of higher education service satisfaction measurements. *Asian Management and Business Review*, 3(2), 121–137. <https://doi.org/10.20885/ambr.vol3.iss2.art2>
- Rahayu, P. (2019). Analisis Atas Peningkatan Volume Penjualan Yang Dipengaruhi Oleh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi. *Jurnal Elibrary Univeristas komputer Indonesia*, 53(9), 1–16.
- Rosiani, Y., & Irmal. (2022). Prosiding Seminar Nasional Manajemen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76. 38+Amelia+Intan+Prasasti+Hal+723-726

- Rosyadi, M. A., Farisi, H., & Safitri, A. (2025). *Jurnal dinamika sosial dan sains*. 2, 521–533.
- Sanusing, E., & Giyartiningrum, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Saragih, M. G., Diana, Y., Mariami, I., Program, M. S., Pembangunan, U., & Budi, P. (2021). *ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY TO*. 28, 38–44.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabri, M., & Tjahyadi, I. (2021). *Teori Dan Praktik Pendekatan* (Nomor 1).
- Setiarso, Z. F. P., Chidtian, A. S. C. R. El, & Sulistyono, P. A. (2024). Perancangan Strategi Marketing UMKM Dizert Dessert Di PT. Kawakibi Digital Branding. *Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1).
- Sevty, G., Ananda, J., Putra Hafiz, A., & Ramli, F. (2024). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pelaku UMKM dalam Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 82–98. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.1092>
- Shukri, N. H. M., Hadi, M. H., Supari, N. W. S., & Ishar, N. I. M. (2023). Developing Effective Strategies to Enhance Customer Satisfaction: A Case Study of Absolut Chocolat, a Dessert-preneur in Malaysia. *Creative Business and Sustainability Journal*, 45(2), 90–109. <https://doi.org/10.58837/chula.cbsj.45.2.5>
- Sihotang, F. P., & Oktarina, R. (2022). Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i1.2439>
- Silaningsih, E., Yuningsih, E., & Yuningsih, Y. (2021). Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Layanan. *Jurnal Visionida*, 7(1), 43–53.
- Solekah, I. F. L. (2020). *PENERAPAN Experiential Marketing Penjualan Makanan Dessertbox Dalam Meningkatkan Omzet (Studi Kasus pada Sweety Cake Square Semarang)*.

- Supriatna, I. I., & Affandi, F. (2021). Analisis Strategi Meningkatkan Daya Saing Dengan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Pada Hotel Rinjani Plaza Di Kota Sorong. *Metode : Jurnal Teknik Industri*, 4(2), 29–38. <https://doi.org/10.33506/mt.v4i2.989>
- Tambunan, E., & Baene, A. P. (2023). *Berbelanja Dapur Online (Studi Kasus Pada Belanja Dapur Online)*. 8, 6–13.
- Taufik, T., Masjono, A., Kurniawan, I., & Karno, K. (2020). Peranan Platform Food Delivery Service dalam Mendukung Marketing Mix UKM di Masa New Normal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 121. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.426>
- Toding, J. S., & Mandagi, D. W. (2022). Dimensi Brand Gestalt Sebagai Prediktor Kepuasan Pelanggan Dan Niat Membeli Ulang Pelanggan UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(3), 1167–1185.
- Yolandari, N. L. D., & Kusumadewi, N. M. W. (2018). Terhadap Niat Beli Ulang Secara Online Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Situs Online Berrybenka . com) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Perkembangan teknologi menyebabkan berbagai pekerjaan dapat diselesaikan. *Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5343–5378.
- Yudha, E. P., Mirfazli, M. Y., & Farhan, F. M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Serta Tingkat Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2087. <https://doi.org/10.25157/ma.v10i2.14011>
- Yunengsih, N., & Nirmalasari, L. (2022). *Analisis Marketing Mix Dalam Penjualan Fried Chicken Bang Al*. 6681(4), 424–429. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.399>
- Zainuri, H., Subakti, H., Suttrisno, Saftari, M., Sari, A. C., Simarmata, J., Yuniwati, P. S. M. J. S. I., Riana, L. W., & Lotulung, C. V. (2024). Desain Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian* (Nomor July).