

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel Fattah AL-AZZAM¹, K. A.-M. (2021). The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 455–463. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i1.6612>
- Abdul Kadir. (2018). Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi. *Sistem Informasi*, 1(September), 60–69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Agusriadi, A. (2023). Pengaruh Saluran Distribusi (Sub Agen dan Pangkalan) Terhadap Volume Penjualan Barang NSPO Pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai. *Jiabis: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis & Sosial*, 1(3), 24–37.
- Aini, Q., Rahardja, U., Arribathi, A. H., & Santoso, N. P. L. (2019). Penerapan Cloud Accounting dalam Menunjang Efektivitas Laporan Neraca pada Perguruan Tinggi. *Computer Engineering, Science and System Journal*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.24114/cess.v4i1.12051>
- Ajriya, F. M. (2022). Soft Cookies Labu Kuning Sebagai Snack Oleh-Oleh Khas Banyuwangi, Jawa Timur. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1), 1–10.
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Amellia, D. A. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon [Telkom]. In *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*. <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Andika, B., Fiannisa, A., Fadillah, T. F., Islam, U., & Sumatera, N. (2024). *STRATEGI INOVASI PADA MODEL BISNIS DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL*. 11(2).
- Anggraini, F., Astri, N. D., & Minovia, A. F. (2020). Pengaruh strategi bisnis, capital intensity dan ultinationality terhadap tax avoidance. *Influence of Business Strategy, Capital Intensity and Ultinationality on Tax Avoidance*, XIV(02), 36–45.
- Aransyah, M. F., Fourqoniah, F., & Riani, L. P. (2023). Enhancing the Student Entrepreneurship Education Model Using Design Thinking and Lean Canvas Approaches. *Journal of Social Studies Education Research*, 14(2), 195–216.
- Arifin, A. A. M., Puspita, E., & Zaman, B. (2024). Analisis Laporan Keuangan Perusahaan Food and Beverage (Fnb) Di Bei (Bursa Efek Indonesia). *Equivalent: Journal Of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 165–174. <http://jurnal.dokicti.org/index.php/equivalent/index>
- Asep Supriatna. (2023). Pelatihan Pengolahan Kue Tradisional Wajit Kawista Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Sumurgede. *Jurnal Bakti ...*, 1(3), 283–297.
- Ayutia Nurita Sari. (2022). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomallut/baca->

- artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah Sarana Penunjang Perdagangan di Kota Bandung 2020-2021. In *Bandungkota.Bps.Go.Id*. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/154/397/1/jumlah-sarana-penunjang-perdagangan-di-kota-bandung.html>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Penduduk Kota Bandung Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2021-2023. In *Badan Pusat Statistik*. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/12/85/1/penduduk-kota-bandung-berdasarkan-kelompok-umur.html>
- Bangkit Rambu Sukarno, M. A. (2021). Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan business model canvas. *Jurnal MANOVA*, IV, 51–61.
- Bimayu, D. A., & Lampung, U. B. (2023). *Analisis Break Even Point (BEP) Dalam Menentukan Perencanaan Laba Perusahaan PT Sentra Food Indonesia 2021*. I(5), 1093–1104.
- Cahayani, M. (2021). Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 90–103. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3333>
- Damayanti, & Lutfiah, M. (2013). Teori Produksi. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 2(1), 1–15. <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6985>
- Davidson, I. (2024). *Biscuit, Cookie and Cracker Production: Process, Production and Packaging Equipment* (A. Press (ed.); Second Edi). Mara Conner.
- Dewi, A. Y., & Fadiyah Bamahry. (2025). STRATEGI OPTIMALISASI CONTENT MARKETING DAN META ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Sosial Dan Sains (SOSAINS)*, 5(3), 623–634.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2022). Data Rumah Makan, Restoran, Cafe Di Kota Bandung. In *Open Data Kota Bandung*. <http://data.bandung.go.id/dataset/rumah-makan-restoran-cafe-di-kota-bandung>
- Dolega, L., Rowe, F., & Branagan, E. (2021). Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(January), 102501. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102501>
- Dwi Puspitasari, A., & Susi Mulyani, A. (2022). *Perkembangan Bisnis Franchise*. I(10), 985–992.
- Erfan Arif, M., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis* (U. Press (ed.); First). UB Press. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=LrDBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=strategi+bisnis&ots=9RZdlGxoCg&sig=vstX3zMvCu3NHSImf3HDvDNJ5wE&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi+bisnis&f=false
- Ericha Tiara Hutamy, Adelia Marham, Andi Naila Quin Azisah Alisyahbana, Nur Arisah, M. H. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, I(1), 1–11. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.453>
- Esterlina, D., Jabat, B., Tarigan, L. L., Purba, M., Purba, M., Teknologi, A.,

- Immanuel, I., Medan, A. W., Mandiri, P., & Prestasi, B. (2022). *Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan*. 2(2), 16–21.
- Faturrohman, M. F. (2024). PENGARUH DIGITAL MARKETING IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE [Telkom]. In *Telkom University*. <http://ojs.stiesa.ac.id/index.php/dimensia/article/view/1174>
- Fitra, H. (2019). *ANALISIS NERACA DAN LAPORAN REALISASI ANGGARAN PEMERINTAH DAERAH*. CV IRDH. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=zsXODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=laporan+neraca&ots=QXAPyY2STa&sig=tzTfl175nfC7GmILNqliBQHEcno&redir_esc=y#v=onepage&q=laporan neraca&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=zsXODwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=laporan+neraca&ots=QXAPyY2STa&sig=tzTfl175nfC7GmILNqliBQHEcno&redir_esc=y#v=onepage&q=laporan%20neraca&f=false)
- Gunadarma, U., Cina, P., Beji, K., Depok, K., & Barat, J. (2022). *Analisis Pestel Dan SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pada PT . Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers*. 3(2), 383–393. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.520>
- HARAHAP, E. (2020). *PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK UD. SALACCA KABUPATEN TAPANULI SELATAN*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN.
- Harahap, E. K. (2024). *Upaya Mengatasi Masalah Jual Beli Dropshipping Perspektif Ekonomi Syariah*. 01(01).
- Hasanah, Y. N., & Aziz, F. (2021). the Analysis of Green Marketing and Brand Image on Repeat Purchase on Consumers of Coffee Shop in Bandung. *ASEAN Marketing Journal*, 13(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v13i1.13215>
- Hastuti, P., & dkk. (2020). Kewirausahaan dan UMKM. In A. Rikki (Ed.), *Yayasan Kita Menulis*. Yayasan Kita Menulis.
- Hawalidar, I. T., Ullal, M. S., Sarea, A., Mathukutti, R. T., & Joseph, N. (2022). The Study on Digital Marketing Influences on Sales for B2B Start-Ups in South Asia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 23. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010023>
- Hendrakusuma, F. X. B. (2018). Kajian Teori Distribusi Dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 8(2), 166–174. <https://doi.org/10.30649/japk.v8i2.52>
- Herlinudinkhaji, D., Erwanti, N., Ramadhani, L. K., Purnamasari, D., & Masruroh, N. M. (2025). Pemanfaatan Google Ads dan Instagram Ads sebagai Strategi Pemasaran JURNAL SOSIAL & ABDIMAS Pemanfaatan Google Ads dan Instagram Ads sebagai Strategi Pemasaran untuk Pelaku UMKM. *JURNAL SOSIAL & ABDIMAS*, 7(February), 8. <https://doi.org/10.51977/jsa.v7i1.1735>
- Hicking, J., Schuh, G., Wenger, L., Stich, V., & Gailus, J. (2019). Outcome Economy: Subscription Business Models in Machinery and Plant Engineering. *Procedia CIRP*, 93, 599–604. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.04.146>
- Işoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 4(6), 25–37. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>
- Kaur, B., Gangwar, V. P., & Dash, G. (2022). Green Marketing Strategies,

- Environmental Attitude, and Green Buying Intention: A Multi-Group Analysis in an Emerging Economy Context. *Sustainability (Switzerland)*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/su14106107>
- Kim, W. (2019). A practical guide for understanding online business models. *International Journal of Web Information Systems*, 15(1), 71–82. <https://doi.org/10.1108/IJWIS-07-2018-0060>
- Kinanti, A. S., & Imran, A. I. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS LEMONILO MELALUI INSTAGRAM. *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1787. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- M. Beamon, B. (1998). Supply chain design and analysis: Models and methods. *International Journal of Production Economics*, 55, 545–546. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00079-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00079-6)
- Maghfira Napu, D., & Yamini Agustina, E. (2023). *Pengantar Bisnis Pariwisata* (M. Wardana (ed.)). Intelektual Manifes Media. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0TvBEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA83&dq=bisnis+food+and+beverage&ots=wE0BzoLsd7&sig=ysdh1QhU3oAW2BQdx25ZqdmTgvg&redir_esc=y#v=onepage&q=bisnis food and beverage&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0TvBEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA83&dq=bisnis+food+and+beverage&ots=wE0BzoLsd7&sig=ysdh1QhU3oAW2BQdx25ZqdmTgvg&redir_esc=y#v=onepage&q=bisnis%20food%20and%20beverage&f=false)
- Maier, E., & Wieringa, J. (2021). Acquiring customers through online marketplaces? The effect of marketplace sales on sales in a retailer's own channels. *International Journal of Research in Marketing*, 38(2), 311–328. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.09.007>
- Maruta, H. (2017). Pengertian, Kegunaan, Tujuan Dan Langkah-Langkah Penyusunan Laporan Arus Kas. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 1(2), 238–257. <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jas/article/view/115>
- Maulidina, E., & Tiris Sudrartono. (2024). Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Produk di Adorable Project Cimahi Jawa Barat. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4954–4963. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.1074>
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Furing Prima Pada Pt. Biru Indokon. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 6(1), 89–98. <https://doi.org/10.30743/jrmb.v6i1.3967>
- Nurul Latifah. (2022). Saluran Distribusi dan Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 4(4), 246–255. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/630>
- Pambudi, R. P. (2025). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS REVIVEAUTO PAINTWORKS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS DAN ANALISIS SWOT*. Telkom.
- Pane, M. A., Rini, E. S., & Fawzee, B. K. (2017). *The Impact Of Percieved Ease of Use , Brand Awareness And Freemium Business Model on Buying Interest of Spotify Users In Medan City*. 3(1), 15–23.
- Power, D. (2005). Supply chain management integration and implementation: A literature review. *Supply Chain Management*, 10(4), 252–263. <https://doi.org/10.1108/13598540510612721>

- Prasetyo, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., & Pasaribu, R. D. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer response. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 1195–1200. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.014>
- Putri, A. I., Susena, K. C., & Nasution, S. (2023). An Analysis Of Break Even Point (BEP) In Profit Planning At Kerupuk Sri Rasa Factory In Bengkulu. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(1), 41–46. <https://doi.org/10.37676/jambd.v2i1.3594>
- Reyhan, B. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tekad Camping Ground KAB. Bogor*. Telkom.
- Soenardi, T. (2013). *Teori Dasar Kuliner* (I. Hardiman (ed.)). https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=pR5QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=teori+kuliner&ots=YQEMIPe-_h&sig=27huFbK07--DSRjdz8pXUndYVJs&redir_esc=y#v=onepage&q=teori+kuliner&f=false
- Statistik, B. P. (2023). *Jumlah Wisatawan Menurut Jenis* (p. 1). <https://bandungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjUxIzI=/jumlah-wisatawan-menurut-jenis.html>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sukaini, A. K. M. Al. (2022). *Digital Marketing's Influence on Consumer Purchasing Decision: A Case Study in Iraq*. 3(3), 120–132.
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi UMKM. In *Digitalisasi Umkm*. https://repository.unja.ac.id/48024/1/DIGITALISASI_UMKM%281%29.pdf#page=64
- Sundah, D. I. E., Maramis, D. R. S., & Tawalujan, L. (2018). *Developing entrepreneurial competencies for successful business model canvas*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012040>
- Syam, D. L., & Mayangsari, I. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness : Studi Kasus Kandang Ayam Resto. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 197–211. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3268>
- Syarifuddin, D., M. Noor, C., & Rohendi, A. (2017). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata. *JURNAL ABDIMAS BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 55–64.
- Syihab, T. F. A. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN VIDEO ON-DEMAND NETFLIX*. Telkom.
- Tanjung, A. F., Azzahra, A., & Fadli. (2023). *Pendampingan Pengembangan Usaha UMKM Baru Dengan Model Bisnis Canvas*. 1(10), 2182–2188. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i10.490>
- Verrue, J. (2014). A critical investigation of the Osterwalder business model canvas: an in-depth case study. *Belgian Entrepreneurship Research Day, Proceedings, May 2014*, 17.
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>

- Weenty, I., Patricia, R., & Wowor, W. (2024). *Rekayasa Menu : Penerapannya Pada Produk Kue*. 6(2), 261–268.
- Yogatama, I. (2020). Jurnal Teori Produksi. Jurnal Teori Produksi. *Jurnal Teori Produksi*, 2(teori produksi yang diterapkan), 1–19.
- Yunani, A., & Firmialy, S. D. (2025). *IMPROVING FINANCIAL PERFORMANCE THROUGH PROBABILISTIC INVENTORY MANAGEMENT AND COST EFFICIENCY ANALYSIS : LEARN FROM A DAIRY MILK COOPERATIVE*. 18(1), 106–121.
- Zulkarnaen, W., Dewi Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di Kpu Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(June), 222–243. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/372>