

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Yacob. (2012). *Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu*. Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Aldy, Rochmat., Riawan, Purnomo., Sugianto, La Ode. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. UNMUH Ponorogo Press.
- Amri, Moch Iqbal. (2017). *Perencanaan Strategi Pemasaran Restoran Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) (Studi Kasus Di Sambal Kocok Mamah Sum Gendut, Malang)*. Skripsi. Universitas Brawijaya: Malang.
- Anggraeni, Mega. (2017). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Baksojagir Masjun Palembang*. Laporan Akhir. Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
- Badan Pusat Statistik. (2020). <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>.
- Damayanti, C. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Produk "Supermi" di Kecamatan Genuk Semarang)*. Universitas Negeri Semarang.
- Faisal, Muhammad. (2019). *Perilaku Hangout Generasi Milenial dalam Membuka Peluang Kerja Di Kota Medan*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan.
- Fauzi, Ahmad., Punia I Nengah., Kamajaya, Gede. (2017). *Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)*. Jurnal Ilmiah Sosiologi. Vol.1, No.1. hal 10 – 11.
- Firdaus, Nuruddin. (2018). *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Warung Kopi Bosque Kota Malang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim: Malang.
- Fitriyani, Sandra.,Murni, Trisna.,Warsono, Sri. (2020). *Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil*. Management Insight, 13 (1): 47-58.
- Haerisma, Alvien Septian. (2018). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran*. Al-Amwal, Volume 10, No. 1.
- Kotler, Philips. (1999). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Edisi Revisi. PT Prenhallindo. Jakarta.

- Kotler Philip, Armstrong, Wong, Saunders. (2005). *Principles of Marketing, 4th European Edition*. Pearson Education Ltd.
- Latif, Anwar Manan. (2009). *Strategi Pemasaran Rumah Makan Wong Solo (Studi Kasus Rumah Makan Wong Solo Cabang Pondok Gede Jakarta Timur)*. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Lutfiah, A. (2019). *Marketing Mix Café Carlos dalam Peningkatan Minat Konsumen di Kota Parepare (Perspektif Etika Bisnis Islam)*. Skripsi. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam. Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
- Maulan, Arfi. (2015). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Coffee Shop Dengan Metode Importance Performance Analysis*. Studi Kasus di Coffee Shop “X” di Kota Bandung. Universitas Katholik Parahyangan.
- Maulana, Diki. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Di ASS Hajjini Kota Tasikmalaya*. Skripsi(S1) Thesis. FISIP UNPAS.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 143.
- Nurhayati, Ai.,dkk. (2012). *Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi Pada Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga*. Jurnal Penelitian Pendidikan. Vol 30 No 1.
- Pamela, Sonia. (2020). *Analisis Marketing Mix dalam Creation Brand Kuliner Milenial (Studi Kasus Lokal Coffee di Kota Metro)*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Puspitasari, Riris Lindiawati. (2013). *Kualitas Jajanan Siswa di Sekolah Dasar*. Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI SAINS DAN TEKNOLOGI, Vol. 2, No. 1.
- Rahayu, Setya Nova. (2020). *Strategi Pemasaran UMKM Rumah Makan (Studi Di Desa Qurnia Mataram Seputih Mataram Lampung Tengah)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Ritasari, Fatmi. (2017). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Café Hidden Milk And Meals Di Kabupaten Bantul Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Rizki, M., & Nawangwulan, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Indomedia Pustaka.
- Sadewo, Aloysius Hari. (2016). *Perencanaan Riset Pasar Produk Kue Ukel*. Fakultas teknologi Industri. Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Sefti, A. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) di Cherryka Bakery*.

Tugas Akhir Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.

Selang, Christian A.D. (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 Hal 71-80. ISSN 2303-1174.

Sumantri Ari.,Edwina Susy.,Eliza. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Pestisida Di UD. Agrimart Sejahtera Kota Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan*. Jom Faperta Vol. 2 No. 2.

Tasruddin, Ramsiah. (2015). *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif*. Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember 2015 : 107 – 116.

Tjiptono, Fandi. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.

Wijaya, Temmy & Maghfiroh, Ana. (2018). *Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” Di Binakal Bondowoso)*. Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan 2 (1) 2018. P: 87-98.