

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia Suri, & Novianti Ayu. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kanasha di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 459–468
- Azmi, A., Yusmini, & Maharani, E. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Franchise O'Chicken Di Kecamatan Bukitraya Kota Pekanbaru. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, 10(2).
- Badan Pusat Statistik. (2020). <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>.
- Bahrin, S., Alifah, S., & Mulyono, S. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran dan Penjualan Berbasis Web. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 2(2), 81–88.
- Chusnah, A. (2020). Pengaruh Kondisi Pandemi Pada Permintaan Pasar Fast Food. *Eprint UMSIDA*, 19(191020700110), 13.
- Dhedi Al Kauzar S., Nurjannah, N. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tuuk Eatery Kota Palopo*. 1(April), 197.
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). *Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi*. 17, 6–13.
- Eka Putra, I., Asrini, A., & Veronica, D. (2022). Pengaruh Desain Interior Dan Penampilan Karyawan Terhadap Keputusan Pembeli Konsumen Dine & Chat Kafe and Resto Jambi. *Develop*, 6(1), 47–68.
- Fauziah, R., & Suparmi, S. (2022). Penerapan Hygiene Sanitasi Pengelolaan Makanan Dan Pengetahuan Penjamah Makanan. *Jambura Health and Sport Journal*, 4(1), 11–18
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03).
- GS, A. D. (2022). Usaha Meningkatkan Strategi Pemasaran Pada CV. Sinar Baja Electric Di Surabaya. (Kegiatan Pengabdian Masyarakat). *Jurnal Suara Pengabdian* 45, 1(2), 09–24.

- Hardianti Ardin, S., Dewi Kartini, T., Sri Lestari, R., Jurusan Gizi, A., Kesehatan Kemenkes, P., & Gizi, J. (2018). Kebiasaan Makan, Fast Food. *Zat Gizi Makro*, 25, 95–103.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82.
- Jayapura, R. S. (2014). Gambaran Sistem Penyelenggaraan Makanan di Pondok Pesantren Hubulo Gorontalo. *MKMI*, 241–247.
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1.
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239.
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA*, 1(3), 284–293.
- Lenda, S., Azwar, R., & Resi, J. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Agihinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 4.
- Lutfita, A., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Hanacaraka Coffee Sidoarjo Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Revolusi Indonesia*, 1(4), 1–14.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Muhammad Supriyanto, & Muhammad Taali. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33.
- Ningratri, Y. A. (2017). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (3P) Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih STIM SUKMA Medan. *Riset & E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 3(1), 50–56.

- Nur Annisa Resky, Haniarti, & Usman. (2019). Hubungan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji Dan Asupan Energi Dengan Kejadian Obesitas Pada Mahasiswa Yang Tinggal Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Parepare. *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan*, 2(3), 322–332.
- 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.
- Pamelia, I. (2018). Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Dan Dampaknya Bgai Kesehatn. *Jurnal IKESMA*, 14(2), 144–153.
- Permenkes RI. (2011). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1096/Menkes/Per/VI/2011 Tentang Higiene Sanitasi Jasaboga. *Menteri Kesehatan Republik Indonesia*, 53, 74.
- Pradita, E. H., Yuliati, N., & Atasa, D. (2022). Implementasi Bauran Pemasaran 7P Pada Cv. Citra Kreasindo Di Kota Surabaya Implementation of the 7P Marketing Mix At Cv. Citra Kreasindo in Surabaya City. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3), 2022.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Priwahyuni., Y. (2016). Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Pola Makan Saji (*Fas Food*) Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat STIKes Hang Tuah Pekanbaru *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat, STIKES Al-Insyirah Pekanbaru*, 05(March), 8.
- Ramadhani, I., & Utama, U. P. (2016). Keterkaitan Elemen Interior Tempat. *Jurnal Proporsi*, 1, 132.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Rosiadi, I. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Aqila Trans 99 Di Lumajang)*.
- SAKBANA, M. R. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Franchise Rocket Chicken Guntung Manggis 1*.

- Sariade, L., Akademik, J., Daerah, P., Minum, A. I. R., Baubau, P. K., & Sariade, L. (2022). *Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan Baubau*. 9, 1–6.
- Sari, J. I., & Susilo, J. (2021). Strategi Bertahan Cafe Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(1), 117–130.
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketig Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan PT ENSEVAL PUTRA MEGATRADING, Tbk. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 46–59.
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan). *Journal of Applied Business Administration*, 4(1–11).
- Thamrin, Y. A., Abubakar, H., & Remmang, H. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Pangkep. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 53–57.
- Zulherman, S. A. (2021). Gambaran Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Outlet Bananaqu Pangkalan Kerinci. In *Pesquisa Veterinaria Brasileira* (Vol. 26, Issue 2).
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). *Implementation of the 7P Marketing Mix in Increasing Sales Volume of Powerful SMES in Kediri Regency During the Covid- 19 Pandemic Implementasi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Volume Penjualan UKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada masa Pandemi Covid-19*. 2(1), 299–314.
- Ulfah, M., Rachmi, A. T., & Yuniarinto, A. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rawat Jalan di Rumah Sakit Bina Sehat Jember. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 384-391.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.