

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrams, Rhonda, (2005), diterjemahkan oleh Vivin Andhika Yuwono, *Business Plan in A Day*, Kanisius, Yogyakarta
- Admin. (2024, Januari 2). *Pengertian Manajemen Pemasaran Menurut Para Ahli*. Retrieved from Creatormedia.my.id: <https://creatormedia.my.id/pengertian-manajemen-pemasaran-menurut-para-ahli-philip-kotler/>
- Ahmaddien, i. (2022). In S. M. Dr. Muh Yani Balaka, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (p. 1-2). Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung
- Andayani, E., Hariani, L. S., & Ain, N. (2018). Langkah Awal Memulai Usaha Melalui Business Plan. *J-ABDIMAS Volume, 6*, 84-88.
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen
- Daniel. (2021). *Pengertian Pemasaran menurut Para Ahli, Konsep, Fungsi Bauran dan Strategi Pemasaran*. Retrieved from Ekonomi Manajemen.com: <https://ekonomimanajemen.com/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi, 12*(1), 64-80.
- Erianto, R. A., & Mashariono, M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Furore Coffee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 7*(5).
- Garrison, N. &. (2007). *Akuntansi Manajerial Jakarta: Salemba Empat*.
- Habir, H. (2010). Pengaruh Citra Merek Dan *Word of Mounth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Bungku Tengah Kabupaten Morowali Kecamatan. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako 43*
- Haholongan, R., et al. (2024). Penyuluhan Teknologi E-Commerce Dalam Perkembangan Umkm Street Food Di Rawamangun. *Maju: Indonesian Journal of Community Empowerment, 1*(2), 40-46.
- Haholongan, R., Krisnando, K. (2024). Penyuluhan Teknologi E-Commerce Dalam Perkembangan Umkm Street Food Di Rawamangun. *MAJU: Indonesian Journal of Community Empowerment, 1*(2), 40-46.
- Haholongan, R., Yuliansyah, R. (2021). Cara Bijak Menggunakan Media Sosial Pada Smk Negeri Jakarta a Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) Universitas Baturaja, 2*(1), 86-90.

- Haholongan. (2022). In M. Rutinaias Haholongan SE., *Pemasaran Global* (p. 37). Makasar: Yayasan Barcode.
- Hasan, A. (2010). Marketing Bank Syariah, Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Bank Syariah, Cetakan 1. Bogor : Ghalia Indonesia
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99-102.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Saputra, D. H. (2020). Kewirausahaan dan UMKM.
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1-11.
- Ihsan, A. (2022). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran* (No. wur7e). Center for Open Science.
- Iriantara, Y. (2014). Konsep manajemen dan manajemen pemasaran. *Manajemen Media Massa*.
- Kotler, A. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, E., Safitri, S. R., & Mardiana, M. (2021). Perancangan User Persona Dan Customer Journey Map Sebagai Representasi Pengguna Sistem Repository Perpustakaan Universitas Lampung. *Journal of Documentation and Information Science*, 5(1), 22-31.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 1(2).
- Kotler, P & Keller, KL. (2016). Marketing Management. 15 edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Larasati, D. A., & Sutopo, W. (2020). Analisis Efektivitas Jadwal Proyek Implementasi Software dengan Critical Path Method: Studi Kasus. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 55-64.
- Lupiyoadi. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- Malhotra, N.K. (2005). Marketing Research An Applied Orientation. USA: Prentice Hall.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdikan*, 1(3), 342-351.

- Musfar, T. F., Sitepu, R. F., & Wildah, S. W. (2023). Perencanaan Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas Dan Analisis Swot Pada Sesi Coffee Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6157-6173.
- Mutia Arda, S. E., Dewi Andriany, (2022). *Perencanaan Bisnis dan Cara Mudah Menyusun Business Plan*. umsu press.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, D.S., Fahimatul, U., & Mustaqim. (2020). Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce & Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Balerang*.
- Pratiwi, E. T., & Setyaningtyas, E. W. (2020). Kemampuan berpikir kritis siswa melalui model pembelajaran problem based learning dan model pembelajaran project based learning. *Jurnal Basicedu*, 4(2), 379-388.
- Oliveira, & Fortunato, A. (2006). Firm growth and liquidity constraints: A dynamic analysis. *Small Business Economics*, 27, 139-156.
- Osterwalder & Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Puluala, M. G. (2021). Pengaruh Perencanaan Anggaran, Pelaksanaan Anggaran, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Pengadaan Barang dan Jasa Terhadap Tingkat Penyerapan Anggaran Daerah. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 1(1), 1-9.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian Dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 504-514.
- Ramadhani, R., & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh regulasi, politik anggaran, perencanaan anggaran, sumber daya manusia dan pengadaan barang/jasa terhadap penyerapan anggaran belanja pada opd provinsi sumatera barat. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(2), 710-726.
- Rinjani, S., & Hasanah, U. (2019). Effect of Net Income and Operating Cash Flow on Cash Dividends. *Journal of applied managerial accounting*, 3(2), 145-158.

- Riyoko, S., et al. (2023). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk pada Usaha Roti dan Catering di Pengkol Kabupaten Jepara. *Tepis Wiring: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 52-61.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sarfi'ah, S. N. (2013). Menghitung Harga Pokok Penjualan. *J. Manajemen*, 39(2), 80-90.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik Analisis SWOT dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration*, 22(1), 8-19.
- Sepriyadi, M. I., Wardani, A., Syahfitri, M., Alfayyadh, M., & Resmaliana, R. (2023). Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 2270-2281.
- Simanjourang (2015) *Macam – Macam Usaha dan Kegiatan Ekonomi di Indonesia*. Di unduh 1 Februari 2024 <https://walson-simanjourang.blogspot.com>
- Sinambela, L. P. (2020). Penelitian Kuantitatif. PRISMAKOM (Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan, Dan Perbankan). Vol 17. No 1. Hal 21-36.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. *Digitalisasi UMKM*, 57.
- Suprpti, N. W. S. (2010). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Udayana University Press. Denpasar.
- Tamalika, T., & Fuad, I. S. (2022). Analisis Penjadwalan Waktu Pekerjaan Proyek Poltekkes Jurusan Farmasi Tahap I dalam Perspektif Manajemen Proyek. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 8207-8214.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran edisi tiga*. Yogyakarta: Andi Offset
- [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) Top Brand White Koffie 2019 (diakses pada 09 januari (2019)
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran. Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi
- Wijaya, F. (2019). Formulasi perancangan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT dan business model canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 205-212.
- Warren. *Key performance indicators (KPI), (2011) - definition and action: Integrating KPIs into your company's strategy*. London: ATI.