

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha HH. 2020. “*Persepsi Konsumen Non-Muslim terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal*”. Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 5(1): 150-170. <http://dx.doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>
- Aditya D. 2021. “Strategi Pemasaran Pada Usaha Warung Bakso Titoti di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB)”. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi. Bekasi.
- Aliy MF. 2017. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha “Madu Al Wali” di Desa Sumber Jaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi”. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi. Bekasi.
- Arifin B. 2021. *Pertanian Bantalan Resesi: Resiliansi Sektor selama Pandemi Covid-19*. Jakarta: INDEF
- Ariyanto A, dkk. 2021. *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Asrori. 2019. *Cara Membuat Aneka Macam Bakso*. Semarang: PT Aneka Ilmu.
- Astuti DP. 2018. *Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Pedagang Bakso dan Mie Ayam di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur) (Doctoral dissertation, IAIN Metro)*.
- Badan Standarisasi Nasional. 2014. *Bakso daging*. SNI 3818:2014. Dewan Standardisasi Nasional. Jakarta. [https://kupdf.net/download/sni-bakso\\_58c9f818dc0d60e64d339031\\_pdf](https://kupdf.net/download/sni-bakso_58c9f818dc0d60e64d339031_pdf)
- Bungin B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- David FR. 2010. *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- David FR. 2017. *Manajemen Strategis: Konsep dan Kasus*. Edisi 16. London
- Dwinanda E. 2021. *Analisis Zat Gizi berdasarkan Metode Indirek Pada Mi Ayam dan Bakso yang Sering Dikonsumsi Masyarakat Sekitar Kampus Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta. (Bachelor's thesis, Fakultas Kedokteran UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Ediraras, D. T. 2011. Akuntansi dan Kinerja UKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 15(2):153. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Akuntansi+dan+kinerja+ukm.+Jurnal+Ilmiah+Ekonomi+Bisnis&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Akuntansi+dan+kinerja+ukm.+Jurnal+Ilmiah+Ekonomi+Bisnis&btnG=)
- Ilhami CN. 2015. Strategi Pemasaran Bakso Daging pada UD Arafah di Blang Pulo Kecamatan Johan Pahlawan Kabupaten Aceh Barat. Skripsi. Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh. Aceh.
- Ismet M. 2018. “*Strategi Kebijakan Pemasaran Produk Agribisnis. Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran*”. PT IPB Press. Bogor. [https://www.google.co.id/books/edition/BUNGA\\_RAMPAL\\_AGRIBISNIS\\_SERI\\_PEMASARAN/sM0REAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&kptab=overview](https://www.google.co.id/books/edition/BUNGA_RAMPAL_AGRIBISNIS_SERI_PEMASARAN/sM0REAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&kptab=overview) . (Diakses pada 13 April 2021)
- Nazir M. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Karina, Sa’diah M, Amrihati, dan Endang T. 2017. “*Pengembangan Kuliner*”. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Kotler P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. 2019. “*Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan*”. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*. Vol. 2(2): 117-126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- Kuncoro M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Muaris, H. 2004. *Kudapan Makan Sehat Dan Lezat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Muis M. *Manajemen Sumber Daya Manusia pada Kinerja Industri*. Bogor: IPB Press.
- Nilasari S. 2014. *Manajemen Strategi Itu Gampang*. Cetakan I. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Nikhashemi, S. R., Paim, L., Sidin, S. M., & Osman, S. 2013. *The antecedents of brand equity development on Malaysian interment service providers*. *World Applied Sciences Journal*. Vol. 25(1): 14-22. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=The+antecedents+of+brand+equity+development+on+Malaysian+interment+service+providers.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=The+antecedents+of+brand+equity+development+on+Malaysian+interment+service+providers.&btnG=)

- Noor J. 2015. *Metodologi Penelitian*. Cetakan V. Jakarta: Predanamedia Group.
- Priambada, S. 2015. “*Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)*”. SESINDO 2015, 2015.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Manfaat+Penggunaan+Media+Sosial+Pada+Usaha+Kecil+Menengah+%28UKM%29&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Manfaat+Penggunaan+Media+Sosial+Pada+Usaha+Kecil+Menengah+%28UKM%29&btnG=)
- Putra, P. (2021). Menilik Niat Masyarakat berpartisipasi dalam Crowdfunding pada Masa Pandemi Covid 19:(Studi Implementasi konsep Planned Behaviour Theory). *Paradigma*, 18(2), 73–83  
<https://doi.org/10.33558/paradigma.v18i2.2980>
- Putri BRT. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Udayana. Bandung.
- Rachmawati R. 2011. “*Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*”. *Jurnal Kompetensi Teknik*. Vol. 2(2): 145.  
[https://www.academia.edu/download/38643336/BAURAN\\_PEMASARAN.pdf](https://www.academia.edu/download/38643336/BAURAN_PEMASARAN.pdf)
- Rahmayati. 2015. “*Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara. Kalimantan Utara*”. *Jurnal Galung Tropika*. Vol. 4(1): 60-67.  
<https://doi.org/10.31850/jgt.v4i1.28>
- Rangkuti F. 2014. *SWOT Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri EM. 2020. “*Analisis Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan Pada UMKM*”. *Jurnal Akuntansi dan Audit Syariah (JAAiS)*. Vol. 1(1): 54-61.  
<https://doi.org/10.28918/jaais.v1i1.3306>
- Senggetang V, Mandey SL, & Moniharapon S. 2019. “*Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado*”. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 7(1):881-890.  
<https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Sudaryanto, Ragimun dan Rahma R. 2011. “*Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN*”. *Jurnal Universitas Negeri Jember. Jember*.  
[https://www.academia.edu/download/54915212/Strategi\\_Pemberdayaan\\_UMKM.pdf](https://www.academia.edu/download/54915212/Strategi_Pemberdayaan_UMKM.pdf)
- Sutomo, Budi dan Anggraini D Y. 2010. *Menu Sehat Alami untuk Batita & Balita*. N.p., De Media.

- Syaputra O. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Mesa Jaya di Kecamatan Bantargebang Kota Bekasi. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Peretanian Universitas Islam “45” Bekasi. Bekasi.
- Tjiptono F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tyas SK, & Chriswahyudi C. 2017. “*Perencanaan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Matriks IE, SWOT dan AHP untuk Mendapatkan Alternatif Strategi Prioritas*”. Prosiding Semnastek.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek/article/view/1989>
- Wahab. 2010. *Ensiklopedia Kebutuhan Manusia*. Semarang: ALPIRIN.
- Wahono T. 2016. Strategi Pemasaran dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus PT Sinar Sosro Kantor Penjualan Wilayah Jakarta). Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi.
- Waruwu, D. 2021. Analisis Kepuasan dan Perilaku Konsumen Dalam Proses Keputusan Pembelian Bakso Mas Pur Di Kampung Jejalen Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam “45” Bekasi.
- Wijayasari N, & Mahfudz M. 2018. “*Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan*”. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 7(2): 260-258.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20945>
- Winardi MA. 2014. “*Strategi Operasional Bisnis Konsultan di Jakarta Untuk Meraih Peluang yang Lebih Baik*”. *Jurnal MIX*. Vol. IV(2): 135-150.  
<https://repository.mercubuana.ac.id/13837/>