

## DAFTAR PUSTAKA

- Adaristi, N. L. P. N., Lestari, P. A., & Prasiani, N. K. (2025). Implementasi strategi influencer marketing, pemasaran digital, dan kepercayaan konsumen dalam peningkatan penjualan produk dari MS. Cosmetics pada PT. Urban Beauty. *E-Jurnal Manajemen*, 14(10), 799–813.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Azinuddin, W. A., & Suranto, I. (2023). *Strategi pengembangan usaha berbasis media sosial UMKM Batik Rafida*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach* (13th ed.). Pearson.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 433–445.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Chintya Adella, C. (2024). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji D'Besto Kecamatan Sungai Rumbai, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Creswell, J. W. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018a). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018b). *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Eka, N. S. (2022). *Analisis strategi pemasaran pedagang frozen food di masa pandemi Covid-19*.
- Emilia, L. (2025). *Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Produk Perusahaan Pembiayaan*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Engle, M. (2015). *Book review: Qualitative data analysis: A methods sourcebook: The coding manual for qualitative researchers*.
- Fernie, J., & Sparks, L. (2022). *Logistics and Retail Management: Emerging*

*Issues and New Challenges in the Retail Supply Chain*. Kogan Page.

- Firmansyah, M. A. (2021). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Haque, M. G., Yasir, M., Suradji, R., & Istianingsih, I. (2024). Benefits of SWOT Analysis in Marketing Strategy for Sustainable Business Management. *Return: Study of Management, Economic and Bussines*, 3(4), 190–195.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Hassan, L. M., Shiu, E., & Parry, S. (2019). Addressing the cross-country applicability of consumer behavior models. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(4), 301–315. <https://doi.org/10.1002/cb.1776>
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2023). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (14th ed.). Pearson.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Ikhsanu, A. P. K., Manafe, L. A., & Masyhuri, M. A. (2023). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3435–3444.
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya analisis SWOT dalam suatu perencanaan dan pengembangan bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9–17.
- Karem, N. A., Yuliani, Y., & Mutafarrida, B. (2024). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 1(4), 149–162.
- Konuk, F. A. (2018). Price fairness, satisfaction, and trust as antecedents of purchase intentions towards organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(2), 141–148. <https://doi.org/10.1002/cb.1697>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kumar, V., Ramachandran, D., & Kumar, B. (2020). Influence of new-age technologies on marketing: A research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 24–38. <https://doi.org/10.1007/s11747-01900647-6>

- Lingga, M. L. B. (2024). *Analisis daya saing dan inovasi UMKM frozen food di kota medan*. Universitas Medan Area.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7th ed.). Pearson.
- Morgan, N. A., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 4–29. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>.
- Muchson, M., Anas, M., & Forijati, R. R. (2024). Analyzing Economic Growth through Creative Economic Development Strategy in East Java, Indonesia. *Qubahan Academic Journal*, 4(2), 382–399.
- Musytari. (n.d.). No Title. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 24(10), 231–240.
- Naafi’u, N. U., Muchson, M., & Prastyaningtyas, E. W. (2025). *Pengaruh Fasilitas, Media Promosi Banner UMKM, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Objek Wisata Simpang Lima Gumul Kabupaten Kediri*.
- Nguyen, T. H., Phan, T. T. H., & Nguyen, N. T. (2021a). Impact of marketing strategy on firm competitiveness. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(2), 123–137. <https://doi.org/10.1108/JABES-10-2020-0123>
- Nguyen, T. H., Phan, T. T. H., & Nguyen, N. T. (2021b). Impact of marketing strategy on firm competitiveness. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(2), 123–137.
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Afgani, M. W., & Sirodj, R. A. (2024). Triangulasi data dalam analisis data kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
- Permana, T. E., Sonjaya, Y., Hambali, D. S., Marini, S., Sugiarto, Y., Solihah, R., & Julaha, E. (2024). *Pendekatan Holistik Dalam Kepemimpinan Dan Pemasaran Digital “Membangun Umkm Yang Tangguh Melalui Perspektif Multidisiplin”*. Tohar Media. *Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Frozen Food di Kelurahan Way Dadi Kecamatan Sukaram Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Purwanto, H., Widati, E., & Alianny, A. (2024). Analisis Strategi Bersaing pada PT Primafood Internasional. *Journal of Accounting, Management, and Financial*, 1(1), 37–53.
- Putra, R. A. (2023). Optimalisasi visual merchandising dan kebersihan lingkungan ritel mikro dalam membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Manajemen Ritel Indonesia*, 4(3), 201–215.
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap

- Kepuasan Pelanggan di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 584–593.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47.
- Saldana, J. (2016). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Saragih, L. S., Putriku, A. E., Siahaan, S. D. N., Darma, J., & Wahyuni, S. (2025). Implementing Digital Marketing to Increase the Income of MSMEs in Suka Aren Dalig Raya. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(4), 751–761.
- Sasoko, D. M., & Mahmudi, I. (2022). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8–19.
- Satriawan, M. (2025). *Peran Sertifikasi Halal Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Volume Penjualan Produk Madu Pada PT. Lembar Rimba Agri Lestari PALOPO*. Universitas Islam Negri Palopo.
- Setiobudi, A. (2021). The Effect of Product Innovation on Interest with Satisfaction as Mediation:(a study on Regional Typical Frozen Food Products). *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(1), 45–58.
- Solomon, M. R. (2022). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Suardana, I. M. (2025). *Strategi Pertumbuhan Bisnis UMKM: Peran Inovasi dalam Personaliti, Sosiologi, dan Lingkungan*. Seval Literindo Kreasi.
- Sudaryono. (2022). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, E., & Rahmawati, I. D. (2024). Digital Marketing Drives MSME Sales Growth in Indonesia. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 19(2), 10–21070.
- Susanti, K. E., Sutrisno, S., & Dharmaputra, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Brand Image

- Sebagai Variabel Intervening. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 594–607.
- Sutisna. (2021). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.
- Thiagarajah, S., Ng, E. S. C., & Ahmad Bustami, N. (2024). Fast food consumption, obesity and nutrient intake among adults in Indonesia. *Food Research*, 8(3), 55–65.
- Tisdell, E. J., Merriam, S. B., & Stuckey-Peyrot, H. L. (2025). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran* (5th ed.). Penerbit Andi.
- Wicaksono, A. (2023). Strategi pemasaran digital berbasis conversational commerce menggunakan WhatsApp Business bagi UMKM daerah. *Jurnal Komunikasi Modern*, 11(1), 15–29.
- Wisnuaji, P. T., Rachmawati, D., & Sudari, S. A. (2023). Penerapan digital marketing untuk peningkatan pemasaran ukm heppi kitchen depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139–146.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.