

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. S., & Ali, H. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148.
- Al Bone, A. Q., & Fauzi, F. A. (2025). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Berdasarkan Teori Porter dalam Konteks Transformasi Bisnis Modern: Suatu Kajian Sistematis. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(12), 4331–4350.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Christian, A., Taneo, S. Y. M., & Widyaningrum, S. (2025). The Effect of Product Innovation on the Performance of Food SMEs: The Moderator Effect of Quadruple Helix. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 8(1), 350–357.
- Christiani, J., & Fauzi, A. (2022). Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4P (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 16–23.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep Edisi 12*. Salemba Empat.
- Dewi, P. L., Indiani, N. L., Putu, N., & Desiyanti, A. (2024). Analisis Pengaruh Kompetitor dan Modal Terhadap Pendapatan Perusahaan Tantri Groups Property Cabang Denpasar. 3(4). <https://doi.org/10.59818/kontan.v3i4.601>
- Dhamar, J. (2024). Analisis Target Pasar: Pengertian, Strategi, Contohnya. *Analisis Target Pasar: Pengertian, Strategi*
- Dr, Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M. M. (2024). Strategi dan Kebijakan Bisnis di Era Digital. *Strategi Dan Kebijakan Bisnis Di Era Digital*, 99–120.
- Dzaky, M. (2026). Analisis Strategi Pemasaran Kartu Seluler Tri dalam Meningkatkan Daya Saing Produk pada PT Bangun Harta Mandiri Pekanbaru dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Evelend, E., Fonardo, R., Sentosa, W. A., Simanjuntak, O. D., Sarah, E. M., & Siregar, M. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Baru terhadap Kepuasan Pelanggan UD. Anugrah Cahaya Abadi. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(4), 242–257.
- Fatmawati, V. A., & Hariyana, N. (2024). The Effect of Product Diversification and Company Size on Company Profitability: Case Study on UD Setya Abadi. *DM Integration: Journal Of Social Sciences And Culture*, 2(1), 203–209.
- Fisher, G. J., John-Mariadoss, B., Kuzmich, D., & Qualls, W. J. (2024). The timing of diverse external stakeholder involvement during interfirm open innovation: The effects on new product speed to market and product lifespan. *Industrial Marketing Management*, 117, 386–401.
- Hadi, P. (2023). Effect of product innovation on SME's performance: The moderating role of organizational learning and market orientation. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy*, 5(2), 47–54.
- Hanafiah, H., Mahmudi, A. K. H., & Wulandari, D. (2025). The Effect of Digitalization on Food Sector Smes' Competitiveness and Product Quality in Attracting Global Markets. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Education*, 04(08). <https://doi.org/10.58806/ijirme.2025.v4i8n05>
- Hasibuan, I. A., Pulungan, L., Putri, A., Sari, M., Rizkilah, H., Jamil, M. K., & Aslimi, N. A. (2024). Peningkatan Pemahaman Remaja Jorong Talang Kuning tentang Usia Ideal Pernikahan Berdasarkan Undang-Undang di Kecamatan Gunung Tuleh. *AKSI SOSIAL: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 81–90.
- Herawati, S., Sunarya, A., & Roekminiati, S. (2025). Peningkatan Daya Saing Produk Songkok Lokal Lamongan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kreatif. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 234–243.
- Hidayat, R., & Saputra, D. (2021). Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Pertumbuhan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 36(2), 145–158. <https://doi.org/10.22146/jebi.2021.14587>
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi pengembangan produk baru sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34.
- Hutagaol, J. B. H., Zoniarti, Z., Simarmata, S., Rahmanda, V. N., & Ramadhan, S. (2025). Strategi Pemasaran Produk Tempe Melalui Digital Marketing. *Jurnal Kewirausahaan & Inovasi*, 2(2), 63–66.

- Kasdi, A. (2024). *PERMINTAAN DAN PENAWARAN DALAM MEMPENGARUHI PASAR (Studi Kasus di Pasar Bintoro Demak)*. 4(2), 141–154.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th Edition)* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15, Ed.). Pearson.
- Kurniasari, F. Y. (2022). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK) Strategi Pemasaran Guna Menaikkan Penjualan*. 4(4), 236–245.
- Longginus Lamauring1, R. F. S. (2023). *Pengaruh produk, harga, brand image, dan promosi terhadap pembelian ulang pada ayam geprek mak joss*. 1(1), 92–103.
- Mustafa, P. S., & Angga, P. D. (2022). Strategi pengembangan produk dalam penelitian dan pengembangan pada pendidikan jasmani. *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual*, 6(3), 413–424.
- Naufal, A., Muna, N., Firas, A., & Riski, K. (2025). Pengembangan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Wirausaha Kuliner dalam Ekonomi Kreatif. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 432–438.
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). *Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 1(1), 55–66.
- Primadhani, P., & Susilawati, D. (2023). Classification and Procedure of Business Product Innovation. *Enigma in Economics*, 1(1), 1–5.
- Purnomo, B., & Purnomo, B. R. (2017). Pengembangan Produk dan Inovasi Produk pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi pada PT Panguji Luhur Utama). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 6(2), 27–35.
- Rahayu, S. (2024). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 3(1), 109–113.
- Rahmi. (2024). Skripsi. *ANALISIS PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN BISNIS (UMKM)*.
- Retna Kumalasari. (2022). *legalitas-usaha @ majoo.id*.

- Sagita, S. A., Fadiah, P. S., Nisrina, S. J., Ulfia, S. D., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Strategi Perencanaan dan Pengembangan Portofolio Produk pada Bisnis Mochi untuk Meningkatkan Daya Saing di Pasar. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 5(1), 12.
- Sari, Y., Munajat, M., & Sari, F. P. S. (2021). Creativity, Innovation and Promotion Variables as Determinants of Culinary Business Success in OKU Regency. *Jurnal Manajemen Ibnu Khaldun*, 12(3), 365–379.
- Sarina, S., Silamat, E., Zilfana, Z., & Sulistyaningsih, E. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Digital Berbasis Komunitas Lokal terhadap Keberlangsungan Usaha Kuliner Tradisional di Indonesia. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(01), 64–75.
- Setiawan, D., Perdhana, M. S., Discussion, F. G., Utama, M. D., Teknik, I., Operasi, S. L., Kelistrikan, P., & Pendahuluan, I. (2019). *Business Model Canvas Jasa Penyambungan Baru Listrik*. 28(2), 91–98.
- Setiawan, Z., Suharyanto, S., Judijanto, L., Zahara, A. E., Suryadi, I., Juniarto, G., Wulandari, D., Premayani, N. W. W., & Wibowo, S. E. (2024). *Strategi Pengembangan Produk: Panduan Praktis untuk Keunggulan Kompetitif*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Sitompul, P., Tarigan, M. I., & Telaumbanua, E. S. (2022). *BAGI WIRAUSAHAWAN PEMULA*. 5.
- Soni Santana, Irham Khairul Muttaqin, Lanina Astrid Chrysant Vrij, Angelina Asivadibrata, Nabilah Fitria Kamaludin Azizah Aulia Ghina, S. S. M. (2023). *ANALISIS IMPLEMENTASI MANAJEMEN RISIKO PADA UMKM TASIKMALAYA (STUDI KASUS UMKM MIE BASO SARIRASA 81)*. 11(2), 60–75.
- Udin, S., Ramin, M., Sholehuddin, M., Muslimin, M., & Rohman, K. (2025). Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Gadai Emas dalam Meningkatkan Daya Saing Bank Jatim Syariah Sampang. *Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1), 952–964.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product Design and Development*. McGraw-Hill Education.
- Wibowo, R., & Setyowati, N. (2022). Literasi Digital dan Pengaruhnya terhadap Inovasi UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(3), 89–100. <https://doi.org/10.21009/jed.2022.05.3.089>

- Wijaya, H. D., & Firdaus, D. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Perusahaan Start-Up. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(6), 8033–8043.
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (2018). Strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing produksi (Studi pada tape “Wangi Prima Rasa” di Binakal Bondowoso). *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 86–97.
- Yulianti, D. (2020). *Daya Saing UMKM dalam Era Globalisasi*. Unair Press.