

## DAFTAR PUSTAKA

- (BPOM).B.P. (2016). Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI Nomor :HK.03.1.23.11.11.09909 Tentang Pengawasan Klaim Pada Label dan Iklan Olahan. Jakarta: BPOM RI.
- Adjab, S. (2007). Manajemen Pengolahan Kue & Roti. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bartono,P.H dan Ruffino,E.M. 2005. Food Product Management di Hotel dan Restoran. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Bell, D. and Valentine (1997), Consumer Geographies: We Are Where We Eat. New York: Routledge Press.
- Costa, J.A. (1995), "The Social Organization of Consumer Behavior," in Contemporary Marketing and Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook, John F. Sherry, ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Creswell, John W. 2012. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, N.N. (2021). "Strategi Pemasaran Usaha Kue Chusnul Bakery Di Jalan Kedung Asem Surabaya". Dalam Jurnal Disrupsi Bisnis.Vol. 4 ( 3).
- Emawati,R. (2005). "Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Roti "Tiga Berlian" Di Semanggi Surakarta". Skripsi . Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Erna Ermawati Chotim. (2004). Marjinalisasi dan eskploitasi perempuan usaha mikro di pedesaan jawa. Bandung: Yayasan Akatiga.
- Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merekdi Surabaya (studi pada pembelian barang mewah). E-Jurnal Manajemen Kinerja, Vol.2, No.2.
- Foster, George M dan Barbara Gallatin Anderson.. (2015). Antropologi Kesehatan. Penerjemah Priyanti Pakan Suryadarma dan Meutia F. Hatta Swasono, Jakarta: UI Press.
- Gabaccia, D.R. (1998), We Are What We Eat: Ethnic Food and the Making of Americans. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Gramedia Blog. (2022). "pengertian profesi Patiseri". <https://www.gramedia.com/pendidikan/profesi-patiseri/>, diakses tanggal 18 agustus 2022.
- Gubrium, Jaber F and James A. Holstein, (1992). "Qualitative Methods", dalam Encyclopedia of Sociology, Vol. 3. New York: Macmillan Publishing Company.
- Hafsah, Mohammad Jafar. (2000). Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi. Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Hamdat, Supriadi. (2010). Budaya Pangan dan Gaya Hidup Keluarga Makassar Dalam Prespektif Antropologis. Makassar: AsPublishing Gedung AsCenter.
- Imam, A. (2019)." Strategi Pemasaran Produk Kue Rumahan Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah)". Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram Mataram.
- KBBI, (2005), Edisi ketiga, Penerbit Balai Pustaka, Departemen Pendidikan Nasional.
- Keesing, Roger M. (1997). "Teori-Teori Tentang Budaya". Jurnal Antropologi Indonesia, Vol. 4(25).
- Kotler, dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Lange Manfred (2005). Pastry. Teori & Resep Internasional. PT.Grafika Multi Warna Marwanti
- Ma'arif, M.S., dan Tanjung, H. (2003). Manajemen Operasi. Edisi 1. Penerbit PT. Grasindo. Jakarta.
- Mileva, L, dan Achmad Fauzi DH. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis. 58(1).
- Moleong, L.J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mooij, M. de (2004), Consumer Behavior and Culture. London, U.K.: SAGE Publications.
- Neuman, W.L.(1997). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 3rd Edition.. Boston: Allyn and Bacon.

- Olsen, Barbara (1995). Brand Loyalty and Consumption Patterns: The Lineage Factor. In Contemporary Marketing and Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook. Thousand Oaks, CA: Sage
- Sastroamidjojo, S. (1995). Makanan Tradisional, Status Gizi, dan Produktivitas Kerja. Dalam Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional. Jakarta: Kantor Menteri Negara Urusan Pangan.
- Schiffman, G.L. and L.L. Kanuk (2004), Consumer Behavior, 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Sherry, John F. (1995). ”: Sebuah Buku Sumber Antropologi. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Siregar, Y.M. (2019). “Persepsi Dan Perilaku Remaja Terhadap Kudapan Tradisional (Studi Pada Produksi Kue Enak)”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Suhendra. (2016). Cinta Dalam Seporsi Makanan Beku. Diakses <https://tirto.id/cinta-dalam-seporsi-makanan-beku-bK1w>. Tanggal 6 juni 2023.
- Sukanda, C. (2019). Bisnis Frozen Food di Asia Pasifik. Diakses <https://wartaekonomi.co.id/read215247/bisnis-frozen-food-di-asia-pasifik-mengudara-boleh-nih-dicoba>. Tanggal 8 juni 2023.
- Tjiptono, Fandy. (2005). Strategi PemasaranI. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vizcardine Audinovic, V. (2021). “2021 Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu”. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4(2).

Lampiran 1



Proses Wawancara bersama Pak Irfan, Pak Daniël dan Ibu Heria



Gambar persiapan penataan Toko Ibu Hj Hajra



Gambar peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan kue



Gambar Bahan yang digunakan dalam pembuatan Kue



Gambar Bakpao dalam tempat Freezer dan panci pengukusan Bakpao





Gambar toko Makpao



Gambar Kue yang telah masak

## Lampiran 2

### Pedoman Wawancara

1. pa yang melatar belakang toko Pastry menjual kue tertentu untuk dijual?
  - a) Berapa jenis kue yang dijual ?
  - b) Mengapa hanya menjual jenis kue tertentu ?
  - c) Apa yang dipahami tentang makanan yang menjadi kebiasaan konsumen ?
  - d) Apa yang dipahami tentang makanan terkait dengan makanan2 yang ada di suku bugis Makassar ?
  - e) Siapa yang menjadi target konsumen kue ?
  
2. Bagaimana bentuk-bentuk strategi yang digunakan patiseri untuk menarik lebih banyak konsumen?
  - a) Berapa banyak biasanya pengunjung yang datang setiap hari atau bulan untuk membeli kue ?
  - b) Bagaimana cara mengemas kue agar menarik lebih banyak konsumen?
  - c) Bagaimana cara mengkombinasikan cita rasa kue ?
  - d) Bagaimana cara membentuk kue agar lebih menarik untuk dibeli ?
  - e) Bagaimana cara penataan ruang toko agar membuat konsumen nyaman saat membeli kue ?
  - f) Bagaimana cara marketing yang digunakan untuk mempromosikan kue yang dijual apakah secara langsung, atau melalui media sosial dan menggunakan promo-promo kue diskon dihari-hari tertentu ?



3. Bagaimana bentuk pengelolaan usaha Patiseri ?

- a) Bagaimana proses pengelolaan usaha dari awal pendiriannya hingga saat ini ?
- b) Bagaimana cara menyusun anggaran keuangan ?
- c) Bagaimana cara menjaga kualitas kue yang dijual ?
- d) Jam berapa memulai proses pembuatan kue ?
- e) Proses pembuatan kue siapa saja yang membantu ?
- f) Bagaimana penataan jualan