

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2023). Analisis strategi pemasaran Azolla Frozen Food Bojonegoro dalam perspektif etika bisnis Islam. *Maisyatuna*, 4(2), 58–74.
- Afiffah, E. S. N., & Cahyani, L. (2021). Analisa penerapan E-Commerce pada UMKM Sutan Frozen Food Tegal tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(6).
- Amareta, F., Surya, A., & Rahmawati, D. (2023). *Manajemen pemasaran dan peran sarana prasarana dalam meningkatkan daya saing usaha*. Jakarta: Penerbit Andalas Press.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Sensus penduduk 2020: Proporsi penduduk usia produktif (15–64 tahun) sebanyak 70,72 %*.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Konsumsi pangan per kapita menurut jenis pangan*.
- Booms, B. H., & Bitner, M. J. (2013). Marketing strategies and organization structures for service firms.
- Cahyani, P. W., Ari, I. S., Wulandari, V., Zakaria, S., Wardana, C., Yuliawati, E., & Suparto. (2023). Strategi pemasaran menggunakan metode STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada industri frozen food. *Prosiding Senastitan: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan*, 3.
- Daryanto. (2013). *Sari kuliah manajemen pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Daryanto, & Setyobudi, D. (2015). *Konsumen dan pelayanan prima*. Bandung: Yrama Widya.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran pemasaran 7P dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 120–136.
- Farida, I., Widiastuti, E., & Tarmizi, A. (2016). Analisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian produk Oriflame di kota Surakarta. *SMOOTING: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 31–40.
- Ghassani, A. A., Pisestyani, H., & Satyaningtijas, A. S. (2023). Kualitas telur ayam konsumsi yang diletakkan di rak telur pada penyimpanan suhu ruang dan refrigerator. IPB University.
- Hadi, D. L., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). Pengaruh service marketing mix (bauran pemasaran jasa) terhadap citra merek dan dampaknya pada

- keputusan pembelian (Survei pada peserta Lembaga Kursus dan Pelatihan Royal English TOEFL & TOEIC Center Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), 1–8.
- Hanafiah, N., & Saefullah. (2015). *Perencanaan dan strategi pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Handayani, R., & Soeparan, I. (2022). *Digital payment: Kemudahan transaksi dalam era modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hardiansyah, A., & Pramudya, Y. (2020). Manajemen operasional dan proses pengadaan bahan baku pada usaha peternakan ayam petelur. *Jurnal Agribisnis Peternakan*, 3(2), 87–95.
- Hasanah, U., & Sulastri, S. (2020). Manajemen produksi telur ayam ras pada peternakan rakyat di Indonesia. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 22(1), 35–42.
- Ifianti, I., et al. (2024). Strategi pemasaran Rumah Makan Bakso Wulan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi Ketiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Maman, E. (2019). *Manajemen pemasaran modern: Konsep, strategi, dan implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep penetapan harga dalam perspektif Islam. *Al Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11.
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi marketing mix dalam perspektif syariah. *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak*, 4(1), 73–86.
- Pradipta, R., Handayani, T., & Wibowo, H. (2021). Pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap loyalitas konsumen produk peternakan. *Jurnal Agribisnis Peternakan*.
- Pratama, R., & Yuliana, L. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 77–88.

- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif: Membangun merek dan positioning untuk memenangkan persaingan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rinaldi, M. (2012). *Manajemen pelayanan prima: Konsep dan implementasinya dalam organisasi publik dan bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Safitri, E., Auliana, L., Sukoco, I., & Barkah, C. S. (2022). Kajian literatur peran integrated marketing communication (IMC) dalam mempertahankan loyalitas konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 259–267.
- Sari, L. P., & Prasetyo, A. (2020). Strategi penetapan harga produk dalam meningkatkan daya saing usaha peternakan ayam petelur. *Jurnal Agribisnis Peternakan*, 6(1), 25–33.
- Saryani, N., & Fitriani, S. (2021). Kualitas telur ayam ras berdasarkan lama penyimpanan pada suhu ruang dan pendingin. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 7(1), 45–53.
- Secapramana, V. H. (2000). Model dalam strategi penetapan harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwarda, F., & Dito, S. F. (2020). Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Novotel Jakarta Cikini. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(2), 287–304.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Publisher.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran strategik* (Edisi Revisi). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Triyanto, W. A. (2015). Algoritma K-Medoids untuk penentuan strategi pemasaran produk. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 6(1), 183–188.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram (Studi deskriptif pada akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271–278.

Widiartha, I. G. P. (2019). Strategi tata letak produk dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 123–134.