

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni Angger. (2019). *Manajemen Strategi (Teori, Aplikasi, dan Studi Kasus)*. Malang: AE Publishing.
- Alam, Wira Yudha dkk. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Kabupaten Sumedang: CV. Mega Press Nusantara.
- Amri, Haevah R., Subagio, Ridho T., & Kusnadi. (2020). Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen. *Jurnal Sistem Cerdas*, 3 (2): 241-252.
- Antara, Ida Bagus K. S. & Trimandala, Nyoman A. (2023). Potensi Kuliner sebagai Daya tarik Wisata Kuliner di Sanur. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6 (1): 165-161.
- Ardiansyah, Irfan & Maharani, Anastasya. (2020). *Optimalisasi Instagram sebagai Media Marketing*. Bandung: CV Cendekia Press.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arifin, M. H. (2023). *Mindset Entrepreneurship*. Pangandaran: Granis Book
- Budhi, I Gede T. P. & Sumiari, Ni Kadek. (2017). Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Teknik Informatika (SISFOTENIKA)*, 7 (1): 25-37.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson Education.
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Darmanto. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- David, Fred R. (2004). *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi ketujuh. Jakarta: Prehallindo.
- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis: Konsep, Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat
- David, Fred R. & David, Forest R. (2016), *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). *Statistik Kepariwisataaan Daerah Istimewa Yogyakarta 2023*. Daerah Istimewa Yogyakarta.

- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). *Kajian Analisa Belanja Wisatawan Daerah Istimewa Yogyakarta 2022*. Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Ferrel, O. C. dan Hartline, M. D. (2014). *Marketing Strategy*. South-Western. USA.
- Gardjito, Murdijati dan Handayani, Widuri. (2015). *Penanganan Segar Hortikultura Untuk Penyimpanan dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Haerawan & Magang, Y. H. (2019). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga di PT Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5 (2): 75-189.
- Hanafie, Rita. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Haryanto, A. T. (2011). *Pariwisata dan Budaya: Memahami Hubungan Pariwisata dan Budaya dalam Dinamika Masyarakat Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Haryoto & Priyatno, Edy. (2018). *Potensi Buah Salak Sebagai Suplemen Obat dan Pangan*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hisyam, Muhammad. (2003). *Krisis Masa Kini dan Orde Baru*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indraswara, M. B., Harisudin, M., Adi, R. K. (2017). Strategi Bersaing Agroindustri Bakpia Pathok "25" Kota Yogyakarta. *Jurnal AGRISTA*, 5 (3): 302-312.
- Ismayani, Yeni. (2010). *Pie Lezat ala Cake & Coffee Shop*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Irwanto, Eris V. & Izzalqurny, Rizky. (2022). Telaah Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) pada Beberapa Brand Kopi di Indonesia. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 2 (9): 68-74.
- Jannah, Friday Z. & Suyatno, Dwi F. (2024). Pengukuran Kepuasan Pengguna Layanan Unesawifi di Universitas Negeri Surabaya (UNESA) Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence (JEISBI)*, 5 (1): 144-152.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2017). *Data Komposisi Pangan Indonesia*. Diakses dari web <https://www.panganku.org/id-ID/view>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata & Ekonomi Kreatif*. Jakarta.

- Khaliq, Restu. (2018). Importance Performance Analysis dalam Kasus Kepuasan Konsumen Usaha Laundry. *Jurnal Alhadharah*, 17 (34): 47-64.
- Mahmud. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Maulida, Ervina dkk. (2020). *Manajemen Strategik*. Kota Bandung: Media Sains Indonesia.
- Morrit, Ron. (2007). *Segmentation Strategies for Hospitality Managers*. The Haworth Press, Inc. Binghamton.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mutmainnah, E., Firmansyah, T. E., Mulyadi, M., & Yawahar, J. (2024) Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Oleh-Oleh Khas di Sentra Toko Oleh-Oleh Anggut Atas Kota Bengkulu. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 9 (1): 13-22.
- Ningsih, Dewi H., Santosa, D., Mariana, N., & Saefurrohman. (2022). Model Search Engine Optimization (SEO) bagi UMKM Untuk Meningkatkan Popularitas dan Pengunjung Website. *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi dan Komputer)*, 11 (3): 415-422.
- Nissa, Azzahra C. & Tahar, Syafril. (2025). *Instagram Sebagai Media Promosi: Kualitas Informasi Wisata terhadap Keputusan Followers*. Indramayu: Penerbit Adab.
- Oey, Liexal F. & Alamsyah, Nanang. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Perhiasan Pada Toko Emas Mutiara Bogor. *Jurnal Mirai Management*, 7 (3): 336-348.
- Pramitha, Raissa & Astuti, Yulianti D. (2021). Hubungan Kesejahteraan Psikologis dengan Kesepian pada Mahasiswa yang Merantau di Yogyakarta. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 1 (10): 1179-1186.
- Prasetyo, Bambang D. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. Malang: UB Press.
- Putra, I Gusti Nyoman A. B. (2017). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada UD. Kacang Sari di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (2): 397-407.
- Rachael, Glassey, Moira O'Connor, AngelaIves, Christobel, S., Sarah J.H., & kConFab, I. (2018). Influences On Decision-Making for Young Women Undergoing Bilateral Prophylactic Mastectomy. *Journal of Patient Education and Counseling*, 101(2): 318-323.
- Rahmadani, Suci dkk. (2023). *Strategi Pemasaran*. Badung: Intelektual Manifes Media.

- Ramadhanti, Ervina & Marlana, Novi. Analisis Strategi Kualitas Layanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Forum Ekonomi*, 23 (3): 431-441.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Creating Effective Marketing Plan Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer Values & Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rochani, Siti. (2007). *Bercocok Tanam Salak Pondoh*. Jakarta: Azka Mulia Media.
- Ryzan, Kezia D., Priyowidodo, G., & Tjahjo, J. D. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Kedai Kopi Kenangan Pada Warga Kota Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 8 (2).
- Saleh, M.Y. & Said, Miah. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Salim, M. A. & Siswanto, Agus B. (2019). *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*. Kota Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Saputra, Agus. (2019). Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan SubBag Pendidikan Fakultas Teknik Universitas XYZ. *Jurnal Teknik Industri Universitas Tanjungpura*, 3 (1): 57-62.
- Saputra, Bagus & Savitri, Dian. (2020). Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kinerja Suroboyo Bus Sebagai Moda Transportasi Umum Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 8 (3): 239-254.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Sulaiman, Ismail. (2021). *Pengemasan dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Sunarharum, W. B., Ali, D. Y., Rahsmawati, F. R., Azarine, F. D., & Damayanti, A. (2020). *Modul Teknologi Tepat Guna Olahan Apel dan Stroberi (Pastry dan Pie) Serta Pengemasannya*. Malang: Media Nusa Creative.
- Sunarsasi & Hartono, Nanang Rudi. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9 (1): 22-31.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Supriyanto, Muhammad & Taali, Muhammad. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun. *Jurnal Epicheirisi*, 2 (1): 13-21.
- Susilawati, Fajrina, N., & Pramesti, R. D. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 8 (2): 322-332.
- Susilowati, Sela V., Indriayu, M., & Sudarno. (2018). Pengaruh Pendidikan Konsumen dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*, 4(2): 159-171.
- Syaifudin, Ahmad & Qomariyah, Siti N. (2021). *Analisis Kelayakan Usaha Jenang Salak pada UD. Halwa Indoraya di Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang*. Jombang: UNHAWA Press.
- Thian, Alexander. (2023). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Cahaya Harapan.
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umboh, Junita F., Pangemanan, P. A., & Manginsela, E. P. (2022). Persepsi Konsumen Pada Oleh-Oleh Khas Manado di Toko Miens Souvenir. *Jurnal Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, 18(1): 135-140.
- Wahyudi, Setyo Tri. (2019). *Mengembangkan Daya Saing Industri Kecil dan Menengah: Berbasis Ekonomi Klaster*. Malang: Media Nusa Creative.
- Widodo, Sanusi Mulyo & Sutopo, Joko. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4 (1): 38-45.
- Wulandari, Ela & Murniawaty, Indri. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13 (2): 69-77.
- Wulandari, Ririn & Khoiriah, Rizka I. (2024). *Manajemen Produk dan Merek Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Klaten: Penerbit Nasmedia.
- Zahra, A. F. A., Wahyudin, W., & Nugraha, B. (2021). The Implementation of the Strategy of Marketing Management through a SWOT Analysis with the Matrix of IFE, EFE, and IE. *Serambi Engineering*, 6 (2): 1721-1729.