

DAFTAR PUSTAKA

- Alifisyah, T. M., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Coffee Shop Gudang Seduh Senduro Kabupaten Lumajang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 17(1), 52–58. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i1.25813>
- Almquist, W., Fuller, D., Gizem Günday, Henry, J., & Wells, G. (2023). *Cooking up extraordinary growth for restaurants during a downturn*. McKinsey & Company. https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/cooking-upextraordinary-growth-for-restaurants-during-a-downturn?utm_source=chatgpt.com
- Arman, A. A., & Sidik, A. P. (2019). Measurement of Engagement Rate in Instagram (Case Study: Instagram Indonesian Government Ministry and Institutions). *Proceeding - 2019 International Conference on ICT for Smart Society: Innovation and Transformation Toward Smart Region, ICISS 2019*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICISS48059.2019.8969826>
- Badan Pangan Nasional. (2023). *Badan Pangan Nasional - Pengembangan Industri Pangan Lokal (PIPL) - Blog*. Badanpangan.go.id.<https://badanpangan.go.id/blog/post/pengembangan-industri-pangan-lokal-pipl>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *[Metode Baru] Pengeluaran per Kapita Disesuaikan - Tabel Statistik*. Bps.go.id; Badan Pusat Statistik Provinsi Di Yogyakarta. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzIwIzI=/-metode-baru-pengeluaran-per-kapita-disesuaikan.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kabupaten Sleman - Tabel Statistik*. Bps.go.id; Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. <https://slemankab.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODAjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-sleman.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Juli 2024*. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2024/09/02/1570/perkembangan-pariwisata-daerah-istimewa-yogyakarta--juli-2024.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Peternakan dalam angka 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/20/522e07b24c7bbeb1c19b0a4e/peternakan-dalam-angka-2024.html>
- Dewan Ketahanan Pangan. (2012). *Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan*. Jakarta: Dewan Ketahanan Pangan
- Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. (2024). *Statistik Pariwisata Kabupaten Sleman 2023*. https://pariwisata.slemankab.go.id/wp-content/uploads/2024/02/Statistik-Pariwisata-Kabupaten-Sleman-2023_compressed.pdf
- Drucker, P. F. (2015). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: HarperBusiness

- Fahrina, D. A., Yulianti, F., & Lestari, B. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Mebel Dina Banjarmasin. *EPrints UNISKA Repository Universitas Islam Kalimantan*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76
- FOOD LOSS AND WASTE DI INDONESIA*. (2021). <https://lcdi-indonesia.id/wp-content/uploads/2021/06/Executive-Summary-FLW-VER1-FINAL-REV2.pdf>
- GoodStats. (n.d.). *Indonesia juara satu penjualan online food delivery tingkat Asia Tenggara*. Retrieved from <https://goodstats.id/article/indonesia-juara-satu-penjualan-online-food-delivery-tingkat-asia-tenggara-JOc9Y>
- GoodStats. (n.d.). *Menilik pengguna media sosial Indonesia 2017-2026*. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Guido, G., Prete, M. I., Miraglia, S., & De Mare, I. (2011). Targeting direct marketing campaigns by neural networks. *Journal of Marketing Management*, 27(9–10), 992–1006.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business School Press.
- Kasmir & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Indonesia Berhasil Catat Pertumbuhan Triwulan II-2024 Mencapai 5,05% - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5908/indonesia-berhasil-catat-pertumbuhan-triwulan-ii-2024-mencapai-505>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing (12th ed.)*. London: Pearson Education Limited.
- Novietta, L., Nurmadi, R., & Minan, K. (2022). Analisis Pentingnya Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan untuk Optimalisasi Harga Jual Produk UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Digital (JAMED)*, 2(3), 56–63.
- Oktapriandi, D., Purnomo, M. R. A., & Parkha, A. (2017). Analisis pengembangan model bisnis pada industri animasi menggunakan business model canvas yang terbatas biaya. *Teknoin*, 23(3), 195–210. <https://doi.org/10.20885/teknoin.vol23.iss3.art2>
- Poniwatie, A., Noviandari, I., Kusumo, R. M. B., & Pratama, D. J. SWOT ANALYSIS IN IMPROVING MARKETING STRATEGIES IN CIRCLE K GUNAWANGSA SURABAYA. *IJEBA*, 6(1), 648
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78-93.
- Prasetyo, L. D., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2017). Pengaruh faktor-faktor segmentasi demografis dan segmentasi psikografis terhadap keputusan

- pembelian pada Matahari Department Store MTC Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Putranto, H. A., Rizaldi, T., Riskiawan, H. Y., Setyohadi, D. P. S., Atmadji, E. S. J., Nuryanto, I. H. (2022). Measurement of engagement rate on Instagram for business marketing (Case study: MSME of dowry in Jember). In *2022 International Conference on Electrical and Information Technology (IEIT)* (pp. 317–321). IEEE.
- Rachadian, F. R., Agassi, E. A., & Wahyudi, S. (2013). Analisis Kelayakan Investasi Penambahan Mesin Frais Baru Pada Cv. Xyz. *Journal JTI Undip*, Vol. VIII, No. 1.
- Rahim, A. I. A., Salim, F. N. A., Ariffin, M. A. I., & Ibrahim, M. I. (2018). Health Information Engagement Factors: A Content Analysis of Facebook of Ministry of Health, Malaysia. (Preprint). *Interactive Journal of Medical Research*. <https://doi.org/10.2196/12375>
- Ramadhani, R. P. & Fadli, U. M. D. (2024). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Beauty di Kalangan Mahasiswa UBP Karawang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 478-486
- Santosa, E. (2014). KAPABILITAS PEMASARAN DAN OPERASI SERTA PENGARUHNYA PADA SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN KINERJA PERUSAHAAN. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(3)
- Siagian, Y. A. L. & Santoso, S. (2022). Hustler Sebagai Pengembang Bisnis dan Pengerjaan Konten Digital Marketing. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(2)
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN. *JPIAN: Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1)
- Stevenson, W. J. (2018). *Operations management* (13th ed.). McGraw-Hill Education. New York: McGraw-Hill Education.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membangun positioning di tengah pandemi Covid-19 di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16–29.
- Sutrisno. (2009). *Manajemen keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan pada Family Center. *Jurnal Akutansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(2), 286-294
- Wibisono, K. D., Syah, T. Y. R., Negoro, D. A., Iskandar, M. D. (2023). ANALISIS MANAJEMEN RESIKO PEMASARAN, OPERASIONAL, HUMAN CAPITAL DAN FINANCE PADA PT. AGRINDO SUMBER HARUM. *JIMEA: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi*, 7(3)