

DAFTAR PUSTAKA

- A.A Gede, Nurullah Sururi Afif, F. T. D. I. U. B. S. I. (2021). *MEMBANGUN BISNIS KULINER SEBAGAI PEMULA*. 6(November), 133–143.
- Adhimah, S. (2020). *Jurnal Pendidikan Anak*, Volume 9 (1), 2020 , 57-62 *Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt . 06 rw . 02 Gedangan-Sidoarjo)*. 9(20), 57–62.
- Afridhal, M., Agribisnis, M., Pertanian, F., & Almuslim, U. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI TANJONG DI KECAMATAN SAMALANGKA KABUPATEN BIREUEN*. 1(3), 223–233.
- Andriyanto, I. (2018). *Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)*. 5(2), 363–382.
- Anggraeni, D. P. (2018). *PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. 37(1).
- Bagus Riski, Nurlaila Harahap, M. R. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim*. 3.
- Blitar, D. I. K. (2020). *STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH DI KABUPATEN BLITAR (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*. 9(1), 22–31.
- Carl, M., & Carl, V. C. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA PERUSAHAAN*. 3(2), 19–37.
- Darussalam, P. (2021). *PINDANG MAKANAN TRADISIONAL KHAS*

*PALEMBANG MENJADI SALAH KUNJUNGAN WISATAWAN DI KOTA
PALEMBANG (STUDI KASUS : RUMAH MAKAN MUSI RAWAS SEBAGAI
PUSAT PINDANG DI KOTA PALEMBANG) Dwi Hanadya Yumita Sari.
1(1), 16–21.*

Desi Wibawati, A. P. (2021). *Volume 5, Nomor 1, Januari 2021, Journal of
Tourism and Creativity P-ISSN: 2549-483X. 5, 36–45.*

Dr. Umar Sidiq, M.Ag dan Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). *Metode
Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan (M. A. Dr. Anwar Mujahidin
(ed.)).*

Fawaid, A. (2016). *EKSPOR DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (Studi pada PT Kharisma Rotan Mandiri di Sukoharjo). 39(1), 1–8.*

Hidayatullah, M. S. (2020). *SERTIFIKASI DAN LABELISASI HALAL PADA
MAKANAN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (PERSPEKTIF AYAT
AHKAM). 11, 251–270.*

Idayu, R., & Husni, M. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan
Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa
di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten.
7(1), 73–85.*

Ihza, K. N. (2020). *Jurnal Inovasi Penelitian. 1(7).*

Ilmiawan, A. (2018). *pengembangan buku ajar sejarah berbasis situs sejarah
bima. 2(3), 102–106.*

Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah*

Tangerang. 5(1), 19–28.

Komunikasi, J., Studi, P., Masyarakat, H., Komunikasi, A., Sarana, B., & Timur, J. (2017). *Kegiatan Humas Indonesia Bergerak Di Kantor Pos Depok II Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Publik Eksternal*. VIII(September), 47–54.

Komunikasi, T. (2017). *yang muncul kemudian. Perkembangan teknologi media elektronik modern misalnya telah menyatukan individu dalam sebuah jaringan komunikasi yang lebih bersifat instan yang disebut*. 1, 202–224. *Manajemen dan Eksekutif*. (2019). 3(2), 51–66.

Mensejahterakan, D., Di, M., & Wonosari, D. (2020). *KECAMATAN BENGKALIS Candra Alfian , Titin Sumarni **. 1(2), 1–16.

Mikro, U., Maros, U. R., Maros, K., Maros, R., Maros, K., Maros, R., Maros, K., & Maros, R. (2017). *MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY IN POWER ECONOMIC DEVELOPMENT (Case Study on Maros Bread Enterprise in Maros District)*. 19(2), 114–120.

Ni Wayan Suarjati, I Wayan Mendra, N. P. C. D. A. (2016). *pengaruh personalselling, pengembangan produk dan kewajaran harga terhadap keputusan pembelian produk di PT.ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME)DENPASAR*. 76–85.

Panorama, M. & M. (2018). *PENDEKETAN PRAKTIS METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF*.

Pemasaran, P. S., Harga, P. D. A. N., Erya, F., & Lovencia, C. E. (2020). *TERBANG Fakultas Ekonomi SI Manajemen Universitas Prima Indonesia*

Sumatera Utara , Indonesia ABSTRAK Industri travel menjadi semakin kompetitif seiring dengan tumbuhnya wisatawan luar negeri yang berkunjung ke Indonesia . Sekarang ini , agen travel yang s. 9(8), 3259–3278.

Pirnadi, R. (2021). *Program studi ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri bengkulu 2021m/1442h.*

Primadona, Y., Rafiqi, Y., Studi, P., Syariah, E., Siliwangi, U., Studi, P., Syariah, E., & Siliwangi, U. (2019). *Analisis swot pada strategi persaingan usaha minimarket madina purbaratu kota tasikmalaya. 2(1), 47–57.*

Prof, J., & No, H. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MOTOR YAMAHA DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN. 1(10).*

Rizal, N. Y. (2021). *Jurnal Inovasi Penelitian. 1(8).*

Rusli, M., Pendidikan, D., & Timur, L. (2018). *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar / Deskriptif dan Studi Kasus. 1–13.*

Salkiah, D. S. & B. (2019). *Analisis Program Pemberdayaan Ekonomi Kerakyatan Pada UMKM Di Kota Mataram. 13(12), 1823–1832.*

Samudra, J., & Dan, E. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau. 10(1).*

Sancoko, A. H., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2015). *Aldo Hardi Sancoko Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya. 3(1).*

- Santiago, B., Hidayatulloh, A., & Internal, F. (2019). *Analisis Faktor Eksternal terhadap Faktor Internal dan Dampaknya terhadap Kinerja UKM Daerah Istimewa Yogyakarta*. 8(2), 123–134.
- Singestecia, R., Handoyo, E., Isdaryanto, N., Politik, J., Sosial, F. I., & Negeri, U. (2018). *Partisipasi Politik Masyarakat Tionghoa dalam Pemilihan Kepala Daerah di Slawi Kabupaten Tegal*. 2(1), 63–72.
- Siwi, A., & Tyas, P. (2017). *Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris*. 1(1), 1–14.
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). *PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA*. 6(1), 51–58.
- Sujani, M. R. (2019). *STRATEGI PEMERINTAHAN DESA DALAM*. 5(November), 483–497.
- Sulasno. (2018). *Penerapan Kekayaan Intelektual (KI) Terhadap UMKM sebagai Upaya Mewujudkan Persaingan Bisnis Berkeadilan Sulasno kecil dan menengah (UMKM). eksistensinya merupakan Hak Privat (Private Kekayaan Intelektual merupakan kreatifitas yang dihasilkan dari ol*. 2(2), 173–186.
- Susanto, R. I. (2017). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA PT.PATRINSAKA*. 5(1).
- Ulum, M. (2020). *PRINSIP-PRINSIP JUAL BELI ONLINE DALAM ISLAM DAN PENERAPANNYA PADA E-COMMERCE ISLAM DI INDONESIA*. 17(01), 49–64.
- Usaha, S., Febriansyah, A., Dwinita, D., Manajemen, A., Dan, K., Kerja, S., &

- Terhadap, P. (2016). *Volume VIII / No . 2 / OKTOBER 2016 ISSN : 2086-0447 Jurnal Riset Akuntansi – Volume VIII / No . 2 / Oktober 2016 i Program Studi Akuntansi – Universitas Komputer Indonesia. VIII(2).*
- Vol, A., & Rozalena, A. (2017). *Makna Simbolik Komunikasi Merek Kuliner Khas Palembang di Bandung. 1, 257–267.*
- Wibowo, D. H. (2019). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). 29(1), 59–66.*
- Wijaya, W., Yulianeu, Syaifuddin, T., & Wulan, H. S. (2017). Strategi Pengembangan Usaha CV Steba Advertising Semarang dalam Meningkatkan Pendapatan. *Journal of Management : Jurnal Ilmiah Mahasiswa SI Manajemen Universitas Pandanaran, 53(9), 1689–1699.*
- Winata, D. F., Ilmu, J., Internasional, H., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., & Sriwijaya, U. (2020). *GASTRODIPLOMASI DINAS PARIWISATA KOTA PALEMBANG DALAM FESTIVAL KULINER PALEMBANG MENDUNIA.*
- Yollanda, M., & Adnan, M. A. (2019). *Menuju Terbentuknya PSAK (Pernyataan Akuntansi Keuangan) Wakaf di Indonesia. 2(2), 116–128.*