DAFTAR PUSTAKA

Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*. https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/generics/article/view/12271

Anwar, R. A., Ramadhan, R., & Artikel, I. (2022). Pentingnya pemasaran dalam menunjang perkembangan bisnis. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(4). https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms

Ardiana, D. P. Y., et al. (2023). Manajemen strategik. *Global Eksekutif Teknologi*.

Beckett, S. T. (2020). *Industrial chocolate manufacture and use* (5th ed.). Wiley-Blackwell.

Bora, M. A. (2017). Analisa kepuasan penggunaan *e-learning cloud* Sekolah Tinggi Teknik (STT) Ibnu Sina Batam. Jurnal Industri Kreatif, 1(1), 55. https://doi.org/10.36352/jik.v1i01.49

Chandra, F., Hatussaadah, S. F., & Fatmawati, T. Y. (2024). Karakteristik responden, pekerjaan, pendapatan dan status gizi pada remaja. Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi. https://jab.ubr.ac.id/index.php/jab/article/view/816

Dwi Cahya, F. A., & Roostika, R. R. (2024). Peran bauran pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan customer engagement pada perusahaan jasa GuruInovatif.id. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8(1), 2321–2345. https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3979

Dwicahyo, A., Santosa, K. M., & Nurfadila, A. R. (2024). *Quality analysis of cocoa powder production at the Indonesian Coffee and Cocoa Research Center*. Jurnal Ilmiah Inovasi, 24(3), 222–227.

Fauzi, A., & Nugroho, R. (2021). Metode penelitian kuantitatif dalam analisis data survei. Jurnal Metodologi Penelitian. https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jmp

Fitriyah, Z., Irsalina, S., Hidayat, A. R., & Widodo, E. (2023). Analisis SWOT dalam pengembangan usaha UMKM untuk meningkatkan daya saing. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 1234–1245.https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/8313/5178

Herdhiansyah, D., Pangerang, A. M. R., Sakir, & Asriani. (2022). Kajian proses pengolahan cokelat batangan (chocolate bar) di PT XYZ di Kota Kendari - Sulawesi Tenggara. AGRITECH, 24(1).

Ihsan Fairuzsyifa, A., & Sulistyo Nugroho, Y. (2024). Analisis regresi linier berganda pengaruh minat calon mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta menggunakan Python. Jurnal Informatika Polinema, 10(2), 265–272. https://doi.org/10.33795/jip.v10i2.5014

Indriasari, S., Iskandar, K. P., Ramadhan, A. A., Ramadhan, F. M., Admiral, R., & Nasir, M. (2026). Identifikasi kebutuhan fungsional dan *non*fungsional website *company profile* UMKM *Nounoufood* menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Infomatek: Jurnal Informatika, Manajemen dan Teknologi, 28(1), 59–69. https://doi.org/10.23969/infomatek.v28i1.36470

Irwansyah, M. I. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maskapai Garuda Indonesia di Kota Yogyakarta. Jurnal *Flight Attendant Kedirgantaraan*, 4(1), 66–74.

Karmila, S., & Bismantara, B. (2022). *Implementation of marketing mix and customer satisfaction at Beryl's Chocolate Kingdom Malaysia Store (Case study on students participating in KKL Management and Accounting Study Program of* STIE Sutaatmadja Subang 2019). DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA), 17(2), 45–59.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Perkembangan data UMKM di Indonesia. https://kemenkopukm.go.id

Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran digital sebagai strategi pemasaran: *Conceptual paper.* http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN

Kurniawan. (2021). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk pembiayaan murabahah pada masa pandemi Covid-19 di BMT NU Sejahtera KC Ngasem (Skripsi). IAIN Kediri.

Kurniawati, W., & Fuadah, Y. T. (2023). Proses manajemen strategi. An-Nur: *Journal of Islamic Education and Thought*. https://www.journal.annur.ac.id/index.php/annur

Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda. Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan, 14(3), 333–342.

Mukaromah, S., Rachmawati, I., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada minimarket Indomaret. MEA: Jurnal Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi, 6(3), 1185–1197.

Nabilla, O., Beu, S., Moniharapon, S., & Samadi, R. L. (2021). *Analysis of marketing mix strategy on sales of dried fish at MSME stores 48 Market* Bersehati Manado.

Ningrum, D. P. (2021). Bauran pemasaran pada bisnis Chockles es cokelat di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA:* Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema, 3(1), 1–13.

Nugraha, A., & Lestari, D. (2021). Analisis bauran pemasaran terhadap volume penjualan produk galendo. Jurnal Manajemen dan Teknologi, 11(2), 120–130.

Nurma Dewi, A., & Setiawan, D. (2024). Analisis strategi bauran pemasaran pada bisnis kuliner (Studi kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT:* Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, 1(1). https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477

Nurul Izzati, F., & Triyanto, A. (2024). Pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap keputusan orang tua memilih sekolah (Studi kasus: SMPIT Ihsanul Fikri Mungkid). https://doi.org/10.62108/great.v1i1.759

Owusu, M., Petersen, M. A., & Heimdal, H. (2022). *Effect of processing on quality characteristics of cocoa powder. Food Chemistry*, 370, 131–139.

Pinem, J. B. (2021). Analisis kemampuan siswa menentukan 5W+1H dalam teks berita kelas V SD Negeri 064020 Medan Sunggal tahun pelajaran 2020/2021 (Skripsi, Universitas *Quality*). Universitas *Quality.*

Putra,S.,Y. Ferry, dan R. Harni. 2022. Pengendalian Penyakit Busuk Buah Kakao Menggunakan Trichoderma dan Pupuk Kalium. Kultivasi, vol. 21, no. 2, pp. 173–180, doi: 10.24198/kultivasi.v21i2.36807

Putri, P. D. A., & Dewi, N. L. P. K. (2022). Pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di PT Bali Coklat *Junglegold* Bali. JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 4(2), 112–123.

Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2018). Peran pemasaran dalam kegiatan usaha pada masyarakat. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2), 82.

Riswanto, et al. (2024). Strategi manajemen: Konsep, teori, dan implementasi. ResearchGate.

Rosa, E. S., Lamusa, A., & Pratama, M. F. (2024). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Cokelat di Kota Palu. AGROTEKBIS*: Jurnal Ilmu Pertanian*, 12(1), 85–95.

Safa'at, N. F., Manafe, L. A., et al. (2023). *Marketing strategy using SWOT analysis in chocolate beverage product business to increase competitiveness. International Journal of Economics, Social Sciences, and Management*, 3(1), 13–27.

Sari, D., & Putra, A. (2023). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk UMKM. Jurnal Manajemen dan Bisnis. https://journal.uii.ac.id/JMBI

Satriadi, S., Agusven, T., Lastriani, E., et al. (2022). Manajemen pemasaran. CV Rey Media Grafika.

Septifani, R., Mustaniroh, S. A., & Rahmatri, D. (2019). *Consumer satisfaction analysis towards chocolate-based product using importance-performance analysis and customer satisfaction index method*. *Journal of Management, Economics, and Industrial Organization*, 3(2), 48–65.

Sharma, H., & Ruikar, M. (2025). *Crafting an effective questionnaire: An essential prerequisite of engaging surveys*. *Perspectives in Clinical Research*.

Sihombing, S., & Gultom, S. (2023). Manajemen strategis. Penerbit Insan Cendekia Mandiri.

Suasapha, A. H. (2020). Skala likert untuk penelitian pariwisata; beberapa catatan untuk menyusunnya dengan baik. Jurnal Kepariwisataan, 19(1), 29-40.

Sukanteri, N. P., Amaral, P. A., Lestari, P. F. K., & Tamba, I. M. (2024). *Implementation of the marketing mix and selection of chocolate marketing strategy priorities in a chocolate company in Bali.* Jurnal Teknologi dan Industri Hasil Pertanian, 29(2), 157–167.

Tanius, E. (2023). Manajemen strategis: Teori, konsep, dan implementasi. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Wahyudi, E., Baidawi, T., Haryanto, H., & Indra, N. (2024). Pemetaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) melalui pendekatan sistem manajemen perencanaan strategis. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 9(2).

Wibowo, A. (2022). Strategi pengembangan UMKM di era digital. Jurnal Manajemen Indonesia, 10(1), 15–27.

Widjajanti, R., & Mariyo, D. (2022). Penerapan manajemen strategi: Implementasi, resistensi dan evaluasi untuk peningkatan mutu pendidikan pada MAN 2 Kota Malang. *Jurnal Pendidikan*, 8(2).

Zainuddin, Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha UMKM sederhana (Studi kasus Desa Konda Kecamatan Konda).

Zhou, Y. (2024). *Analysis of Haigh's chocolates in terms of marketing mix theory. Frontiers in Sustainable Development*, 4(11), 55–58.

Zidhan Nurul, M. H., Taslia Farah, N., Amiwantoro, S., et al. (2024). Implementasi strategi pemasaran digital dalam pengembangan bisnis di era digitalisasi. JMA, 2(4).

Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementasi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan volume penjualan UKM Ampuh di Kabupaten Kediri pada masa pandemi *Covid-19*. Jurnal Multidisiplin Madani, 2(1), 299–314.