

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Azolla Frozen Food Bojonegoro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Maisyatuna*, 4(2), 58–74.
- Alhaj Alopa, C. J. (2023). *Produksi dan Pemasaran Frozen Food Gyoza Ikan Lele (Clariidae) dan Tahu*. Politeknik Negeri Jember.
- Ashari, O., & Mashariono, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk Frozen Food KML Food. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(1).
- Astutik, E. D. (2021). Strategi Bisnis “CEJEDW FROZEN FOOD” Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 5–6.
- Caesaron, D., & Simatupang, S. Y. P. (2015). Implementasi pendekatan DMAIC untuk perbaikan proses produksi pipa PVC (studi kasus PT. Rusli Vinilon). *Jurnal Metris*, 16(02), 91–96.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71.
- Dewi, E. K., & Kusuma, L. (2021). Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Frozen Food Dengan Variabel Moderasi Perilaku Konsumen Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 47–53.
- Febrianti, F., & Beni, S. (2023). Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kuliner Di Kecamatan Bengkayang. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 11(02), 189–210.
- Filbert, M., & Wulandari, A. (2018). Analisa Penerapan E-commerce Pada Ukm Keykey Frozen Food Cimahi Tahun 2018. *EProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Firmansyah, K., Fadhli, K., Noviandy, I. A., & Rini, S. (2020). Pengenalan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–48.
- Firnando, H. (2020). *Penentuan Strategi Pemasaran Terbaik Pada Produk Frozen Food Dengan Menggunakan Metode Anp Dan Topsis (Studi Kasus: Ikm*

*Samara Kota Payakumbuh*). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Gonga, T. (2017). Strategi Pemasaran dan Pengembangan Competitive Advantage pada Niche Firm: studi kasus US. Frozen food. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(1), 36–44.

Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2).

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.

Kumala, S. N. (2023). *Produksi dan Pemasaran Produk Olahan Frozen Food (Brule Bomb) dengan Penambahan Labu Siam*. Politeknik Negeri Jember.

Larasati, S. D., Wicaksono, S. A., & Wardani, N. H. (2017). Perbaikan Proses Bisnis Menggunakan Metode Business Process Improvement (BPI)(Studi Pada Bagian Riset Pemasaran dan Pusat Pelayanan Pelanggan PT. Petrokimia Gresik). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(11), 1425–1432.

Lasmini, N. N., Ayuni, N. W. D., Suwintana, I. K., & Parthama, K. A. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat Pengembangan Usaha Frozen Food di Denpasar Barat. *Madaniya*, 4(3), 1103–1108.

Nistrina, K., & Ghivari, A. H. (2023). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Produk Frozen Food Berbasis Web Di Toko RJB (Reksa Jaya Baso). *J-SIKA/ Jurnal Sistem Informasi Karya Anak Bangsa*, 5(01), 1–7.

Putri, N. A. (2016). Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion Melalui Evaluasi Benchmarking. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(1), 118–127.

Rahardjo, C. R. (2016). Faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk frozen food. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1(1), 32–43.

Rezi, Y. (2022). *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bauran Pemasaran Frozen Food Di Pasar Rabu Tani Di Kota Padang*. Universitas Andalas.

Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 59–70.

- Santoso, I., Mustaniroh, S. A., & Pranowo, D. (2018). Keakraban produk dan minat beli frozen food: peran pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(2), 133–144.
- Sari, N. K. R., & Purnawati, N. K. (2018). *Analisis pengendalian kualitas proses produksi pie susu pada perusahaan pie susu Barong di Kota Denpasar*. Udayana University.
- Sari, Y. K. (2014). Pengaruh kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Patra Komala di Dumai. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 6(2), 119–127.
- Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan website sebagai media promosi dan penjualan produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15–21.
- Wijianto, W., Ulfah, I. F., & Mustoffa, A. F. (2021). Ketahanan Umkm Frozen Food “Wisna Fresh” Kabupaten Ponorogo Melintasi Pandemi Covid 19. *Al-Buhuts*, 17(2), 343–355