

DAFTAR PUSTAKA

- Abedian, M., Amindoust, A., Maddahi, R., & Jouzdani, J. (2022). A game theory approach to selecting marketing-mix strategies. *Journal of Advances in Management Research*, 19(1), 139–158. <https://doi.org/10.1108/JAMR-10-2020-0264>
- Anisa, N. A., Arifin, S., Setyowati, L., Hidayah, N., & Megasari, A. D. (2020). Financial Literacy on Impulsive Buying Behavior in Y Generation. *Quantitative Economics and Management Studies*, 1(1). <https://doi.org/10.35877/454RI.qems1180>
- Aria, P. (2021, June 2). *Survei KIC:Generasi Z Makin Banyak Adopsi Layanan Digital Kala Pandemi*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/60b77e0be885b/survei-kicgenerasi-z-makin-banyak-adopsi-layanan-digital-kala-pandemi>
- Arma Putra, F. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Pada Umkm Toko Nurhidayah Di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat)*. 4. <https://doi.org/10.46306/vls.v4i2>
- Ayuni, R., & Serli Permatasari,); (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Donkent Cafe Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(4), 495–489.
- Clarke, A. H., Freytag, P. V., & Mora Cortez, R. (2024). Revisiting the strategic role of market segmentation: Five themes for future research. In *Industrial Marketing Management* (Vol. 121, pp. A7–A10). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.07.012>
- Diskominfo Kota Bandung. (2024, February 10). *KPU, Milenial dan Gen Z Kota Bandung Siap Sukseskan Pemilu 2024*. Portal Jabarprovgoid. <https://jabarprov.go.id/berita/kpu-milenial-dan-gen-z-kota-bandung-siap-sukseskan-pemilu-2024-12337>
- Edi, E., & Cristi, C. (2022). Pengaruh Karakteristik Ceo Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3.1005.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., & Nugroho, H. (2022). *Strategi Pemasaran*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fauziah. (2024, January 30). *Pj. Wali Kota Bandung Bertekad Bawa UMKM Jadi Indonesian Next Top Seller*. Portal Jabarprovgoid.
- Galendra, A. N., & Aziz, F. (2024). *Analisis Rencana Bisnis Pada Nayanika Beauty Bar* (Vol. 11, Issue 3).

- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*.
- Hasanah, Y. N., & Sumarto, L. M. (2022). The Influence of the Service Marketing Mix on The Purchase Decision of The Tutoring of Ganesha Operation Cilegon City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Vol 5, No 3 (2022).
- Hasbi, I., Syahputra, S., Syarifuddin, S., Wijaksana, T. I., & Farías, P. (2022). The impact of discount appeal of food ordering application on consumer satisfaction in Southeast Asia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 9(6), 978–991. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i6.956>
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan UMKM*. Kita Menulis.
- Husni Ilham, M., Muhammad Romlan, R., Studi Manajemen, P., & Pamulang, U. (n.d.). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Warung Sate Taichan Gandul. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 3(2), 1384–1391. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>
- IDN Research Institute, & Advisia. (2024). *Indonesia Gen Z Report 2024*. IDN Media. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>
- Islam, M. M. (2020). Segmenting, targeting and positioning in Islamic marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1385–1404. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0181>
- Ismail, I. (2024, December 16). 7 Cara Membedah Pasar dengan Metode TAM SAM SOM. Bliss. <https://bliss.id/blog/bisnis/tam-sam-som/>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (Nineteenth Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Person Education.
- Kusuma, W. A., Nurhuda, M., & Purwanto, W. D. (2021). *Peningkatan Pemahaman Pengguna Pada Proses Penggalan Kebutuhan Menggunakan Metode Persona*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:234180768>
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). Long live the marketing mix. Testing the effectiveness of the commercial marketing mix in a social marketing context. *Journal of Social Marketing*, 10(3), 357–375. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-10-2018-0122>

- Muharromah, N. L., & Dwi Adi Nugroho, T. R. (2022). Analisis Segmenting Targeting Positioning dan Marketing Mix Zeamie pada Kelompok Wanita Tani Bunga Anggrek di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. *AGRISCIENCE*, 2(3), 601–609. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i3.13563>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nuryadi, N., Setyowati, L., Arifin, S., & Siswohadi, S. (2020). The Effect Of Good Corporate Governance on Financial Performance in PT X. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 3(2), 213–220. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v3i2.1010>
- Priyanti, E. T., Suryani, A. W., Fachrunnisa, R., Supriyanto Achmad, & Zakaria, I. (2020). *Pemanfaatan NVivo Dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Negeri Malang.
- Prodjo, W. A. (2024, August 26). *Jadi Tulang Punggung Ekonomi Indonesia, Begini Tips Usaha Mikro agar Naik Kelas*. Kementerian Perdagangan RI.
- Putra, N. C. S. (2017). Perencanaan Bisnis Startup Travel CusTrip . *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Riski Putri Anjayani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175>
- Safitri, A., & Hanifa, F. H. (2021). Tinjauan Aktivitas Marketing Mix Pijar Sekolah PT.Telkom Indonesia (Witel Bandung) Tahun 2021. *Universitas Telkom, Fakultas Ilmu Terapan*, 7.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interfacedan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1).
- Saputri, M. E., & Putra, D. A. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api. *Universitas Telkom, SI Administrasi Bisnis*, 7(Vol. 7 No. 1 (2020): April 2020).
- Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research Methods for Business Students* (Edisi 9). Pearson Education Limited.
- Septia, A. (2017). Peran Karakter Passion Dan Persistent Dalam Perkembangan Bisnis Sobaloe. *PERFORMA*, 1(5), 617–626. <https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.351>

- Sudaryanto, Awaliyah, & Wulandari. (2019). *Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Consumer's Buying Decision Of Fast Moving Consumer's Goods With Culture As A Moderating Variable In Basmallah Retail Store In Indonesia* (Vol. 8). International Journal of Scientific & Technology Research.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus (Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)* (R. Fadilah, Ed.; Edisi 1). Alfabeta.
- Surya, R., & Tedjakusuma, F. (2022). Diversity of sambals, traditional Indonesian chili pastes. In *Journal of Ethnic Foods* (Vol. 9, Issue 1). BioMed Central Ltd. <https://doi.org/10.1186/s42779-022-00142-7>
- Swastha, B. (2020). *Manajemen Penjualan* (Edisi 3 ed.). BPFE.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Edisi 1 ed.). Andi.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah* (Giovanni, Ed.). Andi.
- Usman, A., Gusti, N., Pitria, A., Nurfadilah, A., & Nurazisah, A. F. (2024). *Departement 1*. 17(2), 737–752.
- Vinuales, G., Magnotta, S. R., Steffes, E., & Kulkarni, G. (2019). Description And Evaluation Of An Innovative Segmentation, Targeting, And Positioning Activity Using Student Perceived Learning and Actual Student Learning. *Marketing Education Review*, 29(1), 24–36. <https://doi.org/10.1080/10528008.2018.1493932>
- Yaniawati, R. P., & Indrawan, R. (2024). *Metodologi Penelitian: Konsep, Teknik, dan Aplikasi*. PT Refika Aditama.
- Yin, Robert. K. (2018). *Case Study Research and Applications Design and Methods* (Sixth Editions). SAGE Publications, Inc.
- Yonatan, A. Z. (2025, January 12). *Seberapa Sering Gen Z Konsumsi Makanan Cepat Saji?* Good Stats. <https://data.goodstats.id/statistic/seberapa-sering-gen-z-konsumsi-makanan-cepat-saji-CBDA2>
- Yulianti, D. T., Adelia, A., & Ibrahim, N. (2018). Analisis Manajemen Operasi menggunakan COBIT 5 – DS01 Manage Operation (Studi Kasus CV.XYZ). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(3), 488–498.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV. Budi Utama.
- Yunani, A., & Fazri, R. M. (2023). Analysis of the Effectiveness of Grimloc Store Bandung's Physical Releases Marketing Strategy. *International Journal of*

Economics Development Research (IJEDR), Vol. 4 No. 3(2023).
<https://doi.org/10.37385/ijedr.v4i3>