

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. (2023). *Statistik Pertumbuhan Industri Minuman di Indonesia*. Jakarta.
- Aan Jaelani, L. D. (2020). *Energy Conservation and Energy Management for Industry in Indonesia in Islamic Economic Perspective*. *International Journal of Energy Economics and Policy*.
- Abhan, L. (2015). Analisis dan Pilihan Strategi (Strategi Perbankan Syariah dalam Memenangkan Persaingan). *l-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Adi, B. (2020). Integrating islamic values and science for millennial students learning on using seamless mobile media. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 231-240 Hal.
- Agungnoe. (2024, Oktober 1). *Engagement Media Sosial Mampu Meningkatkan Kesadaran Merek UMKM*. Retrieved from Universitas Gadjah Mada: <https://ugm.ac.id/id/berita/engagement-media-sosial-meningkatkan-kesadaran-merek-umkm/>
- Akhyar, A. (2019). ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM CHAKRII THAI TEA KOTA SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. *Thesis*, i-xiii, 1-83.
- Alfina Handayani, L. A. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Makanan Dan Minuman Kekinian Untuk Generasi Z. *JEED : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1489-1495 Hal.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Bandung: CV Alfabeta. Hlm. 139.
- Alyas, M. R. (2017). Strategi Pengembangan Umkm Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol. 19, No. 12, Hlm. 115.
- Anastasya Melmaria Letsoin, D. L. (2024). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO LITTLE JUIN DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Andika, M. (2020). Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan PT Al-Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi thesis, UIN Ar-Raniry*.
- Angelita Ageng Arsabita, A. B. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN GENERASI Z. *Musyitari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*.
- Angrian Permana, R. P. (2025). KEBERLANJUTAN UMKM DALAM EKONOMI DIGITAL: STRATEGI ADAPTASI TERHADAP

PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman UNISA Kuningan*, 10-17.

Antonio, M. S. (2018). *Prinsip Ekonomi Islam dalam Bisnis*. Jakarta: Penerbit Syariah Press.

Anwar, N. R. (2024). The Relationship of Sugar-Sweetened Beverages (SSB) Consumption with Nutritional Status in Adolescents at SMKN 32 Jakarta. *Journal of Applied Science for Pharmaceuticals and Health*, 14-25 Hal.

Asmarini, R. Y. (2023). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada UMKM Kacandipa Teratai Desa Sunju, Kecamatan Marawola. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 176–184 Hal.

AYATUSYIFAQ, A. (2024). PENGETAHUAN WAKAF UANG MASYARAKAT DESA BANARAN KECAMATAN GEGER KABUPATEN MADIUN. *Electronic Theses Institute Agama Islam Negri Ponorogo*, i-vii, 1-75 Hal.

Badra Maitri, H. H. (2024). Implementasi Pengendalian Inventory Bahan Baku pada UMKM Moon Cafe. *Pemberdayaan Masyarakat : Jurnal Aksi Sosial*, 95-103 Hal.

Bambang Suryanto, D. (2018). *Manajemen Bisnis Usaha Kecil*. Tangerang: Tira Smart.

Bessant, J. T. (2018). *Managing Innovation Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Amerika Serikat: Wiley.

Budiman, T. (2017). Analisis Swot pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Percetakan Paradise Sekampung). *IAIN Metro Digital Repository*, i-xiv, 1-62.

CHAIRUNNISA, S. (2022). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MINUMAN KEKINIAN ES-MOSI . *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, hlm. 1-82.

Chintya Nursabela, A. F. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Brand Awareness Terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Warnung Catering Kabupaten Bandung) . *SEIKO : Journal of Management & Business* , 325-334 Hal.

Darsono, L. &. (2015). *Manajemen Keberlanjutan Usaha*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Syariah.

Dimas Hendika Wibowo, Z. A. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, hlm. 1-8.

Eka Mei Dilasari, G. Y. (2022). PENGARUH CITA RASA DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

KONSUMEN KOPI JANJI JIWA BANDAR LAMPUNG . *Jurnal Manajemen Bisnis Islam Volume 3, No 1* , hlm. 29.

Feryandi, Y. (2020). Jenis-Jenis Strategi. *Scribd* , Hlm. 1-8.

Firmansyah, R. (2021). *Bisnis Berkelanjutan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Bandung: Syariah Press.

FITRIA, S. (2017). ANALISIS SWOT SEBAGAI PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENGEMBANGKAN USAHA PAGUYUBAN SARI ROSO DI DESA PLOSO KABUPATEN BLITAR. *Skripsi SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MALANGKUÇEÇWARA MALANG*.

Gan Yu Ling, G. Y. (2023). *Analysis of Factors Affecting Brand Loyalty: A Study of Coca-Cola*. *Asian Pacific Journal of Management and Education (APJME)* , 16-29 Hal.

Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana.

Handhira Bayu Pradhana Putra, S. D. (2024). Penerapan Sistem *Point Of Sale* Berbasis Android Untuk Peningkatan Kinerja Usaha. *Infotek : Jurnal Informatika dan Teknologi*, 195-204 Hal.

Hasan, A. &. (2021). *Transparansi dan Kepuasan Pelanggan dalam Bisnis Jasa*. Bandung: Pustaka Manajemen.

Hendrarta, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN THAI TEA DI KECAMATAN MARPOYAN DAMAI PEKANBARU. *Thesis* , i-viii, 1-66 Hal.

Hesti Suprihatin, D. A. (2024). Inovasi Packaging dan Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Amal Ilmiah : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 254–263 Hal.

Humairaa, U. A. (2021). *Apa sih, Strategi Pemasaran itu?* Gowa: Pustaka Taman Ilmu. Hlm. 19.

Inka, S. N. (2023). Thai Tea Sebagai Peluang Usaha Mahasiswa. *EPIC: Jurnal Pendidikan Pengabdian Masyarakat* , 1-7 Hal.

Khamidah, N. (2019). Strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan analisis SWOT dalam perspektif ekonomi Islam pada usaha spreli lukis Bali “Mustika” di Kabupaten Batang. i-xii, 1-133.

Khamidah, N. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Analisis SWOT dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Usaha Spreli Lukis Bali 'Mustika' di Kabupaten Batang . *Undergraduate (S1) thesis, UIN Walisongo*.

- Kharies Dwi Manossoh Purnomo, M. H. (2024). Social Media dan *Content Marketing* Strategi Untuk Membentuk *Brand Awareness* Produk UMKM Kimbap Jo Di Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* , 430-436 Hal.
- Khoirul Anwar, S. A. (2024). *The Relationship Between Snacking and Sugar, Salt, Fat Intake on Nutritional Status of Adolescents of SMKN 30 Jakarta*. *IJPHN : Indonesian Journal Of Public Health Nutrion*, 71-83 Hal.
- Kusmantini, M. I. (2021). *Manajemen Strategi Evolusi Pendekatan dan Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: UPN “Veteran” .
- Layaman. (2022). *The Strategic Role Of Entrepreneurial Financial Literacy, Proactive Seeking Financial Access And Their Impact On SME Performance*. *AL-AMWAL: JURNAL EKONOMI DAN PERBANKAN SYARIAH*, 118-130.
- Layaman, R. F. (2020). *Literation And Financial Inclusion Among Creative Economic MSMEs; A Comparative Study*. *Al-Amwal Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari ah* 12(2), 181-190.
- Lili Adi Wibowo, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.
- Lina Dwi Astutik, A. H. (2024). Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pada Umkm Produksi Peningkatan Penjualan Chatime Di Kota Semarang. *Jurnal Inovasi Kewirausahaan*, 34-40 Hal.
- Luqma Dica Fitriani, N. H. (2022). Pendampingan Pembuatan dan Implementasi Konten Sosial Media Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *GERVASI : JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 464–476 Hal.
- M. Eko Wahyudi, A. M. (2016). PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DALAM MENGEFISIENKAN BIAYA PERSEDIAAN PADA UMKM KUE NIKMAT RASA. *JRMA : Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*.
- M. Mauludin, A. W. (2021). Analisis Manajemen Pendistribusian Zakat Infaq Shodaqoh di Baitul Maal Hidayatullah dalam Mensejahterakan Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, Hlm. 142.
- M. Setiawan Kusmulyono, T. E. (2018). KEKUATAN VISI MISI DALAM MEMANDU ARAH STRATEGIS UMKM LEBON. *Prosiding Sembadha*, 138-143 Hal.
- Manis, S. (2024, Juli 8). Pengertian Strategi Menurut Para Ahli, Proses dan Jenis Strategi Terlengkap. *Retrieved from Pelajaran co.id: <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-strategi-menurut-para-ahli-proses-dan-jenis-strategi/>*

- Moh Azus Shony Azar, A. E. (2020). PENGARUH KECEPATAN LAYANAN DAN KERAMAHAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIRUMAH KOPI LAMONGAN. *HUMANIS Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 136-148 Hal.
- Mu'ah, M. M. (2024). Peningkatan Strategi Penjualan UMKM melalui Perbaikan Kemasan Produk di Kecamatan Sugio. *JIPPM : Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 407–412 Hal.
- Muhammad Mustiko, S. O. (2024). PENGELOLA UMKM UNTUK MENINGKATKAN KEBERHASILAN UMKM DALAM PERSAINGAN DUNIA USAHA DI KECAMATAN WALANTAKA KOTA SERANG BANTEN. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1-8 Hal.
- Muttalib, A. (2017). POLA PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA MATARAM TAHUN 2016 . *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 168-178 Hal.
- N, K. (2023). *Pemasaran dan Inovasi Produk dalam Industri Minuman* . Yogyakarta: Pustaka Ekonomi.
- Narendra Bayu Putra, I. I. (2023). Strategi UMKM Sektor Usaha Minuman Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Umkm Es Teh di Kecamatan Bojong - Pekalongan). *SEIKO : Jurnal Manajemen & Business*, 668-681 Hal.
- Narendra Bayu Putra, I. I. (2024). Strategi UMKM Sektor Usaha Minuman Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Umkm Es Teh di Kecamatan Bojong - Pekalongan). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 668-681 Hal.
- Nikmah, K. M. (2019). Analisis Swot Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Kurnia Sari Katering Semarang Dan Ditinjau Dari Segi Bisnis Islam. *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*, Hlm. 53-54.
- Nyoman Indra Wiratama, M. S. (2025). Customer Satisfaction As A Bridge: The Impact Of Service Quality And Product Diversification On Loyalty. *EKOMBIS REVIEW Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2357-2372 Hal.
- Pasaribu, H. F. (2018). Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan. *Skripsi Thesis Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, Hlm. 1-73.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Marketing Management. London: Pearson.* London: Pearson.
- Prasetyo, R. e. (2022). *Media Sosial dan Strategi Pemasaran Digital*. Bandung: Media Pustaka.

- Pratiwi, I. A. (2023). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL FASHION DALAM UPAYA MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Usaha Ecoprint Kelurahan Labuhan Ratu Kota Bandar Lampung). i-xvii, 1-122 hal.
- Priansa., L. A. (2017). *Manajemen komunikasi dan pemasaran* . Bandung : Alfabeta.
- Putri Adelia Siregar, A. M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* , 78-89 Hal.
- Rahayu, D. e. (2016). *Strategi Layanan dalam Perspektif Konsumen*. Malang: Penerbit Bisnis.
- Rahayu, G. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mukena Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga di lihat dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus: Jorong Angge Kecamatan Palupuh Kabupaten Agam). *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi*, Hlm. 2.
- Ratna Sari Dewi, S. A. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Franchise Nyoklat Klasik Galang. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Teknologi*, 1-14 Hal.
- Rinaldi, T. &. (2020). *Pemanfaatan Data dalam Strategi Pemasaran Digital*. Jakarta: Digital Marketing Press.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ruri Anggraeni, L. D. (2019). ANALI SI S PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG MENGGUNAKAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI . *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* , 445-455.
- Sapta Dwikardana, A. T. (2023). MAPPING HRM IMPLEMENTATION IN INDONESIA'S SMES: IN SEARCH OF NEW HRM MODEL. *Trinomika : Jurnal Ekonomi*, 92-100 Hal.
- Sarwono, A. H. (2021). *Manajemen Strategis*. Surakarta: UNISRI Press.
- Sedarmayanti. (2018). *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika Aditama Original.
- Sevi Andriasari, N. N. (2024). Aplikasi Point of Sale untuk Meningkatkan Profitabilitas dan Digitalisasi UMKM. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi* , 89-94 Hal.

- Sijabat, R. (2019). SHARING EKONOMY : A STUDY THE FACTORS INFLUENCING USERS MOTIVATION TO USE RIDE SHARING PLATFORMS. *Jurnal Manajemen*, 65-87.
- Siti Nur Azizah, F. E. (2023). The mediating role of HR practices to enhance the innovative capabilities of SMEs. *Mantik Journal*, 2902-292 Hal.
- Soemitra, A. (2015). *Kewirausahaan Berbasis Syariah*. Medan: CV. Manhaji Medan dengan Fakultas Syariah & Hukum UIN Sumatera Utara. Hlm. 25-26.
- Sridewi, N. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. *Skripsi* , Hlm. 15.
- Suci, R. P. (2015). *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, Hlm. 7.
- Sudarmaji, A. (2020). *Manajemen Keuangan untuk Keberlanjutan Usaha*. Jakarta: Pustaka Ekonomi.
- Sudiarti, S. (2019). *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Medan: FEBI UIN SU Press. Hlm. 76-77.
- Sukandi Sukartaatmadja, Y. H. (2023). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 31-34 Hal.
- SUNAINI. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Wisata Pemandian Alami Way Penaga Di Desa Banjarmasin Kecamatan Penengahan Lampung Selatan). i-xii, 1-145.
- Supriadi Ibrahim, D. R. (2019). ANALYSIS OF FOOTWEAR BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING QSPM AND SWOT ANALYSIS. *Scholarly Journal* , 167-176.
- Syufriadi Ibrahim, D. R. (2019). Analysis of footwear business development strategy using QSPM and SWOT analysis. *Leather and Footwear Journal* , 167-176 .
- Tambunan, Y. (2023). *Influencer Marketing dan Dampaknya pada Bisnis Digital*. Yogyakarta: Penerbit Bisnis.
- Tarigan, A. A. (2016). *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi*. Medan : FEBI UIN-SU Press. Hlm. 120.
- Thomas Kevin Putra Bawono, T., & Subagio, H. (2020). ANALISA PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP REPURCHASE INTENTION MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL

MEDIASI PADA INSTAGRAM ADIDAS INDONESIA DI SURABAYA.
Jurnal Universitas Ciputra Creating World Class Entrepreneurs, 1-10 Hal.

Valarie A. Zeithaml, M. J. (2017). *Services Marketing Strategy : Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. New York, Amerika Serikat: McGraw-Hill Education.

Wahyuningsih, S. (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Appalarang Sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Bulukumba.

Wicaksari, S. A. (2022). Source of Sugar sweetened Beverages Consumption Among Indonesian : A Mini Review. *Journal of Global Nutrition (JGN)*, 151-159 Hal.

Wuntu, C. (2019). *Dinamika Persaingan Bisnis Minuman di Indonesia*. Surabaya: Penerbit Manajemen.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
 SYEKH NURJATI CIREBON**