

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2020). *Makanan Ekstrem Ini Digembar-gemborkan Kaya akan Protein, Faktanya? Www.Klikdokter.Com*. https://mklikdoktercom.cdn.ampproject.org/v/s/m.klikdokter.com/amp/3637139/makananekstreminidigembargemborkankayaakanproteinfaktanya?usqp=mq331AQFKAGwASA%3D&_js_v=0.1#aoh=16061185682641&referrer=https%253A%252F%252Fwww.google.com&_tf=Dari%25251%252
- Anna, L. K. (2014). *Serangga, Sumber Protein Berkualitas Tinggi. Www.Kompas.Com*. <https://health.kompas.com/read/2014/10/11/170000323/Serangga.Sumber.Protein.Berkualitas.Tinggi>
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. Bisnis Dan Iptek, 10(2), 84. www.gadget.bisnis.com*
- Das, T. K., Narhi, L. O., Sreedhara, A., Menzen, T., Grapentin, C., Chou, D. K., Antochshuk, V., & Filipe, V. (2020). *Stress Factors In mAb Drug Substance Production Processes: Critical Assessment of Impact On Product Quality And Control Strategy. Journal of Pharmaceutical Sciences, 109(1), 116–133. https://doi.org/10.1016/j.xphs.2019.09.023*
- Dash, S., Pradhan, R. P., Maradana, R. P., Gaurav, K., Zaki, D. B., & Jayakumar, M. (2018). *Insurance Market Penetration And Economic Growth In Eurozone Countries: Time Series Evidence On Causality. Future Business Journal, 4(1), 50–67. https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.11.005*
- Ernawati, F., Prihatini, M., & Yuriestia, A. (2016). *Gambaran Konsumsi Protein Nabati Dan Hewani Pada Anak Balita Stunting Dan Gizi Kurang Di Indonesia. 39(2), 95–102.*
- Fahmi, M., Barhaqi, A. dan, & Kadir, I. A. (2013). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Arabika 'Bergendaal Koffie' di Kabupaten Bener Meriah. Jurnal Agrisepe Unsyiah, 14(1), 28–35. https://doi.org/10.24815/agrisep.v14i1.905*
- Fajar, K. Al. (2016). *7 Manfaat Sarang Madu (Honeycomb) Bagi Kesehatan. https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/manfaat-honeycomb-madu/?amp=1*
- Fatmawati, L. (2018). *Walang Goreng Fatmawati, Camilan Kaya Protein Khas Mojokerto. Www.Beritabaik.Id. https://www.beritabaik.id/read?editorialSlug=k*

uliner&slug=1550904342500-walang-goreng-fatmawati-camilan-kaya-protein-khas-mojokerto

- Harini, C. dan, & Yulianeu. (2018). *Strategi Penetrasi Pasar UMKM Kota Semarang Menghadapi Era Pasar Global MEA Ekonomi Global*. 21(2), 361–381.
- Hillen, J., & Fedoseeva, S. (2021). *E-commerce And The End Of Price Rigidity? Journal of Business Research*, 125(December 2020), 63&83 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.052>
- House, J. (2018). *Insects as food in the Netherlands: Production networks and the geographies of edibility*. *Geoforum*, 94(May), 82&93 <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2018.05.011>
- Huis, V. (2017). *Edible insects: marketing the impossible?* 3(2), 67–68. <https://doi.org/10.3920/JIFF2017.x003>
- Imathiu, S. (2020). *Benefits and food safety concerns associated with consumption of edible insects*. *NFS Journal*, 18(August 2019), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.nfs.2019.11.002>
- Kartika, E. W. (2016). *Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen: Persepsi Masyarakat Surabaya Terhadap Restoran Jepang Di Kota Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2), 71&77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.2.71-77>
- Kouřimská, L., & Adámková, A. (2016). *Nutritional and Sensory Quality of Edible Insects*. *NFS Journal*, 4, 22–26. <https://doi.org/10.1016/j.nfs.2016.07.001>
- Liao, M. jie, Zhang, J., Wang, R. mei, & Qi, L. (2020). *Simulation Research On Online Marketing Strategies Of Branded Agricultural Products Based On The Difference In Opinion Leader Attitudes*. *Information Processing in Agriculture*, xxxx, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.inpa.2020.12.001>
- Lubis, M. I. (2017). *Persepsi Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Makanan Organik di Bandar Lampung*.
- Mandagi, W., Saerang, D., & Pusung, R. (2014). *Analisis Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan Menjual Atau Memproses Lebih Lanjut Produk*

Pada Pt. Fortuna Inti Alam. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 2(2), 1043–1054. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2.4485>

Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif (ke-35)*. PT. Remaja Rosdakarya.

Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22069>

Prastiwi, W. D., & Santoso, S. I. (2017). *Preferensi Dan Persepsi Konsumsi Produk Nugget Sebagai Alternatif Konsumsi Daging Ayam Pada Masyarakat Di Kecamatan Secang Kabupaten Magelang. Agromedia*, 35(1), 65–72.

Prawitasari, S. (2010). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggul Sakti di Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 75.

Purwanti, E. (2013). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga (Endang Purwanti)*.

Rahmawati, I. (2014). *Racikan Bu Misnah, Sarang Tawon Jadi Botok Lezat Seperti Ini. Www.Tribunnews.Com*. <https://www.tribunnews.com/travel/2014/12/12/racikan-bu-misnah-sarang-tawon-jadi-botok-lezat-seperti-ini>

Selly. (2019). *Kandungan Gizi Kepompong Ulat Jati Menurut Peneliti. Www.Abadikini.Com*. <https://www.abadikini.com/2019/02/19/kandungan-gizi-kepompong-ulat-jati-menurut-peneliti/>

Suharyanto, H. (2011). *Ketahanan Pangan. Sosial Humaniora*, 4(2), 186–194. <http://iptek.its.ac.id/index.php/jsh/article/view/633/355>

Susanto, P. (2012). *Belalang Goreng, Panganan Kaya Akan Protein*. <https://www.sarihusada.co.id/Nutrisi-Untuk-Bangsa/Aktivitas/Jelajah-Gizi/Belalang-goreng-panganan-kaya-protein>

Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In Yogyakarta: Andi.

- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Djajeng Solo)*. *Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Widiastuti, R. (2013). *Motivasi Penikmat Kuliner Ekstrem Di Kabupaten Bantul*.
- Wohner, B., Gabriel, V. H., Krenn, B., Krauter, V., & Tacker, M. (2020). *Environmental and Economic Assessment Of Food-Packaging Systems With a Focus On Food Waste. Case Study On Tomato Ketchup*. *Science of the Total Environment*, 738, 139846. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139846>
- Wulansari, P., Damanik, A. H., & Prasetyo, A. P. (2017). *Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth (WOM) Dan Produk Pembiayaan Stariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 163&170. <https://doaj.org/article/ea65eba20c7045858878b2aec206fa10>
- Yusuf, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (5th ed.). Prenadamedia Group.
- Zulkarnaen, H. O. (2012). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan*. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2015.