

DAFTAR PUSTAKA

- Afshar, M. Z., & Shah, M. H. (2025). Leveraging Porter's Diamond Model: Public sector insights. *The Critical Review of Social Sciences Studies*, 3(2), 2255–2271.
- Andrian, A., & Supardi, S. (2021). The choice of place and product availability to retail business continuity. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(2), 162–175.
- Anggraini, N., Humaidi, E., Unteawati, B., & Rahmadiza, R. (2024). Pengaruh bauran pemasaran produk (marketing mix 7p) terhadap minat beli konsumen pada UMKM emping melinjo Karya Bunda, Kabupaten Pesawaran. *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*, 6(3), 225–234.
- Arisana, V. (2024). Pengaruh Lokasi, Keunikan dan Pengetahuan Karyawan terhadap membangun Daya saing Perusahaan. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 2(2), 70-80. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v2i2>
- Azis, M., Hasan, M., Azis, F., & Arisah, N. (2021). Keberlanjutan usaha dan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran: Studi kasus pada bisnis kuliner. *Seminar Nasional Hasil Penelitian 2021*, 1–10.
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41, 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>

- Dewi, A. N., & 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), 5-23. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>
- Dhita, S. G., Mukson, & Setiadi, A. (2025). Analisis faktor kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk *espresso based coffee* di Filosofi Kopi Jakarta. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 15(1), 36–52. <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.36-52>
- Dian Zahra Syahfitri Lubis, Hikmah Indri Yani Harahap, Mutia Salwa Hutauruk, & Zainarti. (2025). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Ayam Geprek Abizar di Medan Tembung. *Fatih: Journal of Contemporary Research*, 2(2), 635–643. <https://doi.org/10.61253/zjd49508>
- Fachrunnisa, Z. H., Windarti, N. P., & Sari, R. P. (2024). Pengaruh literasi keuangan, digital payment dan kemampuan menyusun laporan keuangan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Fairness*, 14(1), 1–14.
- Fathiyah, I., & Nuvriasari, A. (2024). The role of service quality, product quality, and price in creating a competitive advantage coffee shop in Cirebon City. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), 415–426. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i3.8596>
- Femina, E. P., & Santhi, P. (2024). Effects of perceived value dimensions on customer brand loyalty towards luxury cars. *Rajagiri Management Journal*, 18(4), 274–286. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-01-2024-0006>

- Finatariyani, E., Rosini, I., & Nofriyanti, N. (2024). Pengaruh Inklusi dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha dengan Keberlanjutan Usaha Sebagai Variabel Intervening pada Sektor Usaha UMKM di Kota Depok. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(1), 21-31.
- Fitriani, Nurhayati, S., Muhammadun, M., Semaun, S., & Bahri S., A. (2023). Pengaruh promosi online, kualitas layanan, dan harga terhadap sustainabilitas UMKM kuliner di Kota Parepare pasca pandemi covid-19 dalam perspektif masalah. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 63–74.
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hamdali, R. N., & Melinda, T. (2021). Analisis pengaruh *service marketing mix 7P* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Kozko Digital Printing Surabaya. *Media Mahardhika*, 20(1), 37–49.
- Hardiyanti, T., Paningrum, D., & Sutopo, A. B. (2025). Marketing mix 9P strategy in sustaining a souvenir shop business: Strategi marketing mix 9P dalam mempertahankan bisnis toko souvenir. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3), 1–9. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>
- Harjadi, D. (2022). Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Usaha Terhadap Daya Saing Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pelaku UMKM Pemerintah Kabupaten Kuningan). *Journal Manajemen Motivasi*.

- Husendi, P. A. A., & Widiyarta, A. (2023). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Dalam Meningkatkan Perekonomian di Sektor UMKM Sentra Wisata Kuliner Dharmahusada Kota Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 1340–1348.
<https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.5060>
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi pengembangan produk baru sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34.
- Hwang, H., Cho, G., & Choo, H. (2023). *GSCA Pro for Windows user's manual*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28162.61127>
- Hwang, H., Cho, G., & Choo, H. (2024). GSCA pro-free stand-alone software for structural equation modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 31(4), 696–711.
<https://doi.org/10.1080/10705511.2023.2272294>
- Jannah, E. M., Adistia, E., & Renfiana, L. (2023). Analisis strategi bauran pemasaran (marketing mix) untuk meningkatkan daya saing (studi pada Saung Enggal). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 117–131.
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2945>
- Lisdarahmasari. (2021). Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dan kapabilitas pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada UKM olahan ikan di Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 21–30.
<https://doi.org/10.37470/1.23.1.174>

- Lubis, D. Z. S., Harahap, H. I. Y., Hutauruk, M. S., & Zainarti. (2025). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan UMKM ayam geprek Abizar di Medan Tembung. *Fatih: Journal of Contemporary Research*, 02(02), 635–643.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Manik, C. M., & Simanjuntak, M. (2024). Analisis pengaruh strategi pemasaran digital terhadap loyalitas pelanggan dan peningkatan daya saing UMKM di Restoran Damar Balige. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(2), 95–114.
- Marcelyn, A., & Aulia, S. (2023). Marketing mix (9P) TikTok Shop Erigo terhadap minat beli konsumen. *Prologia*, 7(2), 390–397.
- Najib, M. F. (2022). Inovasi desain kemasan (packaging) sebagai faktor peningkatan daya saing produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64.
- Novalensiago, M., & Christiani, N. (2025). Sustainable marketing mix and SMEs' sustainability: The mediating role of competitive advantage. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(6), 1154–1168.
- Nugroho, R. A., Reswari, P. A., Rosyadi, J. A., & Aditama, E. A. (2025). Transformasi Manajemen Keuangan dan Operasional: Pendampingan untuk

- Peningkatan Daya Saing Street Coffee Seller di Surabaya. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 1–18.
- Nuzuliyani, D. F., Winarno, S. T., & Rizkiyah, N. (2025). Pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Ledug Coffee Indonesia. *Jurnal Agrica*, 18(2), 334–350. <https://doi.org/10.31289/agrica.v18i2.14701>
- Permana, M. A., & Harsanto, B. (2025). Pengaruh kreativitas produk, strategi digital marketing, dan kepatuhan prinsip bisnis syariah terhadap keberlanjutan usaha UMKM Delizzi Rendang Siap Saji: Pendekatan mixed methods. *Jurnal LOCUS: Penelitian & Pengabdian*, 4(10).
- Pinem, H., Silaban, I. S. A., Lumbantoruan, M. A., & Saragih, L. S. (2023). Implementasi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) pada Mikari Bakery. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(6), 370–378. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i6>
- Prabawani, B. (2016). *Business Sustainability dan Peran Triple Helix dalam Industri*. Terra Media.
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Sunarsi, D., & Ilham, D. (2021). *Education research quantitative analysis for little respondents: comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and SPSS*. *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, 4(2), 335–350.
- Rahmah, & Avriyanti, S. (2024). Pengaruh Reward Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tanjung

- Kabupaten Tabalong. *JAPB: Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 7(1), 381–394.
- Renda, J., & Situmorang, T. P. (2024). Pengaruh Atmosfer Cafe, Positive Emotion dan Revisit Intention terhadap Citra Cafe (Studi pada Kafe Di Kota Waingapu). *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 675–683.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13773>
- Rizkia, A., Anggraini, T., & Aisyah, S. (2025). Pengaruh *marketing mix* (7P) terhadap *repurchase intention* (Minat Beli Ulang) survei pada Omad Coffee di Kota Medan. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*, 5(1), 444–463.
<https://ejournal.nlc-education.or.id/>
- Rizqiawan, H., & Novianto, I. (2023). Persepsi Pelanggan Pada Aspek Atmosfer Bisnis Kafe Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 628–652. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2613>
- Rohmad, & Sarah, S. (2021). *Pengembangan instrumen angket*. Penerbit K-Media.
- Romadia, Floryan, Mahendra, F., & Noviyanti, I. (2025). Pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan daya saing UMKM kuliner di Kota Pangkalpinang. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 49–60.
<https://doi.org/10.33087/eksis.v16i1.500>
- Sahabuddin, R. (2016). *Daya saing industri kecil & menengah dalam perspektif manajemen strategik: Analisis lingkungan persaingan industri*. Penerbit carabaca.
- Santosa, A. D., & Rahardjo, D. S. (2021). *PLS dan GESCA dalam analisis kuantitatif*. Penerbit Kepel Press.

- Saputra, J., & Kusumaningrum, A. (2022). Analisis SWOT Penggunaan Media Online Instagram sebagai Alat Promosi di Cafe Kopipapi Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(3), 1802-1818. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2542>
- Saputra, R., Aswan, M., & Armi, M. N. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 428-433. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.698>
- Shen, Z., Baek, I.-H., Cho, G., & Hwang, H. (2026). Power analysis in generalized structured component analysis: Implementation in GSCA Pro. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*. <https://doi.org/10.1080/10705511.2026.2622404>
- Sihombing, N. R., Nurminingsih, N., & Bakrie, B. (2021). Pengaruh Physical Distancing dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Lokasi Binaan Munjul Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 11(2), 125-135.
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis persepsi konsumen terhadap aspek bauran pemasaran (*Marketing Mix 7P*) pada Black Cup Coffee Roaster di Kota Manado. *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 18(3), 699–708.
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswani, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.

- Solimun, S., Amaliana, L., & Fernandes, A. A. R. (2019). *Metode statistika multivariat: Generalized structured component analysis (GSCA) pemodelan persamaan struktural (SEM)*. UB Press.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). PLS-SEM for Multivariate Analysis: A Practical Guide to Educational Research using SmartPLS. *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation*, 4(3). <https://doi.org/10.35877/454RI.eduline2861>
- Sundari, E. H., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen pemasaran*. UIR PRESS.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah pemasaran dan strategi bauran pemasaran*. CV. ISTANA AGENCY.
- Syechrowardi, I. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap daya saing usaha dengan strategi pemasaran sebagai variabel intervening pada PT. Pegadaian kantor cabang Tulungagung. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 8(3), 226–240. <https://doi.org/10.37504/jmb.v8i3.714>
- Tran, C. Q. (2025). Evaluating the impact of government policies on tourist satisfaction in Vietnam: A Generalized Structured Component Analysis (GSCA) approach. *HCMCOUJS - Economics and Business Administration*, 15(4), 136–149. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.en.15.4.3633.2025>
- Viola, O. (2024). Firm resources and competitive advantage of meetings, incentives, conference and exhibitions in Kenya. *African Journal of Empirical Research*, 5(3), 1191–1201.
- Waluyo, M., & Rachman W., M. (2020). *Mudah cepat tepat dalam aplikasi structural equation modeling* (Edisi revisi). Literasi Nusantara.

- Wardani, D. K., Khayatinufus, N., Fadhiilah, A. F., Puspita, D., Ismis, I. D., & Novita. (2024). Strategi sustainability dan keunggulan bersaing UMKM kuliner Jakarta Selatan. *International & National Conference on Accounting and Fraud Auditing*, 5(2). <https://doi.org/10.31326/v5i2.1995>
- Widayanto, A. Y., & Imronudin, I. (2023). Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Dan Pengembangan Usaha Tentang Keberlanjutan Bisnis UMKM di Boyolali. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 9322-9336.
- Wowor, B. M. E. (2020). Analisis daya saing produk pada usaha kecil menengah The Manggo Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 538–548.
- Yati, T., Firayanti, Y., & Ahmadi. (2024). Pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan konsumen pada usaha Siapa Cafe Kota Pontianak. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(8), 752-768. <https://doi.org/10.62335>