

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Ibrahim, A., Haryadi, Ayinisa, F., & Avini, T. (2024). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan E-Commerce Pada UMKM Boyen Kitchen. *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, 1(2), 213–216. <https://doi.org/10.59407/jismdb.v1i2.420>
- Artika, R., Alexander, S. W., & Latjandu, L. D. (2025). Penerapan Metode Cost Plus Pricing Berbasis Full Costing Dalam Penentuan Harga Jual Pada Pabrik Tahu Triple S. *Manajemen Bisnis Dan Keuangan Korporat*, 3(1), 196–206. <https://doi.org/10.58784/mbkk.296>
- Atmaja, I. M. D., Ali, S., & Ghia, S. (2022). Strategi Penentuan Harga Dalam Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Bisnis Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Grosir Subur Bandar Lampung). *Jurnal Perspektif Bisnis*, 5(1), 52–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jpb.v5i1.132>
- Chen, X., Luo, Z., & Wang, X. (2019). Commission Pricing Strategy On Online Retail Platforms: Power And Dependence In Triad. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 69(6), 2769–2780. <https://doi.org/10.1109/TEM.2019.2957923>
- Dost, F., & Geiger, I. (2017). Value-Based Pricing In Competitive Situations With The Help Of Multi-Product Price Response Maps. *Journal of Business Research*, 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.01.004>

- Fahriani, D., Zubaidah, T. R., Wardani, A. T. K., Fitriana, R. N., Mubarak, M. S., & Adeliyah, N. D. (2024). Strategi Penetapan Harga Pokok Penjualan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal NUsantara Entrepreneurship and Management Review*, 2(1), 25–31. <https://doi.org/10.55732/nemr.v2i1.1195>
- Fandriansyah, M. A. (2022). Pemanfaatan Market Place Grabfood & Gofood Dalam Peningkatan Penjualan Pada UMKM Food And Beverages Mao-Mao Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 24(3), 125–128. <https://doi.org/10.32424/jeba.v24i3.11578>
- Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Ikaningtyas, M., & Anyar, G. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam. 2(4).
- Firmansyah, D., Mulyadi, H., & Susetyo, D. (2023). Penentuan Harga Jual: Harga Pokok Produksi Dan Ekspektasi Laba. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 202–215. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v9i2.8808>
- Florian, S., & Jana, T. (2021). The Value-Based Pricing Determination Matrix Theoretical background. *Central European Business Review*, 10(4), 99–123. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.267>
- Gracella, M., & Sufiyati. (2024). Metode Penetapan Harga Jual Berdasarkan Biaya Produksi Dalam Bisnis Minuman Soda Fizzyfun. 2(4), 1655–1661. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i4.33379>
- Guilding, C., Drury, C., & Tayles, M. (2005). An Empirical Investigation Of The Importance Of Cost-Plus Pricing. *Journal Managerial Auditing Journal*. <https://doi.org/10.1108/02686900510574548>

- Hasibuan, R. P. S., Syuhada, P., Nuraini, Nizma, C., & Desfrida, M. (2025). PMKM Optimalisasi Penentuan Harga Jual Melalui Analisis Harga Pokok Produksi : Studi Kasus Pada Pabrik Tahu Sumedang Mas Kade (Jalan Cinta Karya Jalan Industri, Sari Rejo, Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara). *Jurnal Vokasi*, 9(2). <http://dx.doi.org/10.30811/vokasi.v9i2.7098>
- Hussien, A. (2022). International Journal of Social Science Research and Review. *Internasional Journal of Social Science Research and Review*, 5(1), 79–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.53555/bma.v7i12.1972>
- Jain, P. K., & Khan, M. D. (2020). *An Impact of Digital Marketing on Consumer Purchasing Behaviour*. XV(2), 44–50.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Li, Z., & Wang, G. (2024). *On-Demand Delivery Platforms and Restaurant Sales*. 1909, 1–17. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2021.01010>
- Melani, Divianis, G., Sobana, D. H., & Karimah, R. H. (2025). Analisis Perbandingan Metode Full Costing Dan Variabel Costing Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Pada UMKM Rcroastery.Id Di Kabupaten Bandung. *Economics and Digital Business Review*, 6(1), 368–384. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i1.2102>
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

- Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Studi Kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(1). <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.287>
- Nur, A., Fazaroh, N., Azhomi, N., Permana, A. R., & Yunitasari, W. (2025). Analisis Biaya Relevan Terhadap Keputusan Harga Jual Produk (Studi Kasus Pada Coffee Shop Kopi Tuh). *Journal ANC*, 01(03), 149–157. <https://journal.anc-aryantonurconsulting.com/tp/article/view/51>
- Pratista, A. T., & Santoso, R. (2024). MSMEs PRODUCT SELLING PRICING STRATEGY TO INCREASE PROFITS USING THE COST PLUS PRICING APPROACH. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 8(2), 484–493. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i2.13225>
- Putri, N. U., & Octafian, R. (2024). Analisis Biaya Produksi dalam Menetapkan Harga Jual yang Kompetitif. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 17(1). <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i1.1840>
- Raja, J. Z., Frandsen, T., Kowalkowski, C., & Jarmatz, M. (2020). Learning to discover value : Value-based pricing and selling capabilities for services and solutions. *Journal of Business Research*, 114(June 2017), 142–159. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.026>
- Regina, T., Sugiyono, & Hendriyani, M. (2025). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan umkm sektor kuliner. *JURNAL MANAJEMEN*,

ORGANISASI DAN BISNIS, 14, 7–17.

<https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol14no1.660>

Siahaan, Y. E., Oktaviana, E. T., & Abdilah. (2025). Strategi Pricing dan Pengendalian Biaya pada UMKM di Fase Kedewasaan untuk Mempertahankan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 5, 167–176. DOI: <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i4.2967>

Sulastriningsih, R. D., Wijaya, S., Dewi, K., & Komalasari, Y. (2023). Analisis Implementasi Online Food Delivery (OFD) Sebagai Strategi Pemasaran Digital di Food Court Tjendana Food Point. *JURNAL ILMU MANAJAMEN, EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 3(2). <http://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jimek>

Wichmann, J. R. K., Uppal, A., Sharma, A., & Dekimpe, M. G. (2022). International Journal of Research in Marketing A global perspective on the marketing mix across time and space. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>