

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS PELUANG PASAR DAN KEBUTUHAN KONSUMEN DALAM
KONSEP PENGEMBANGAN PRODUK HOMEMADE “KUKISÈ”**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Terapan Pariwisata



Disusun Oleh :
SAGARA SING SAL SABIL
NIM: 2293309048

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
2026**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS PELUANG PASAR DAN KEBUTUHAN KONSUMEN DALAM
KONSEP PENGEMBANGAN PRODUK HOMEMADE “KUKISÈ”**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Terapan Pariwisata



Disusun Oleh :
SAGARA SING SAL SABIL
NIM: 2293309048

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Analisis Peluang Pasar dan Kebutuhan Konsumen dalam
Konsep Pengembangan Produk Homemade "KUKISÉ"
Penulis : Sagara Sing Sal Sabil
NIM : 2293309048
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, tanggal 8 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., MM.
NIP. 198605092019032011

Anggota 1



Lu'luwatin Rosdjana A., S.Pd., M.M., Par
NIP. 199104252022032013

Anggota 2



Carissa Dwilanisusantya S.K.M., M.Si
NIP. 199003062020122013

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata



Dimas Bayu Pinandoyo, S.Si., M.Sc
NIP. 198402031019031005

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir	: Analisis Peluang Pasar Dan Kebutuhan Konsumen dalam Konsep Pengembangan Produk Homemade "KUKISE"
Penulis	: Sagara Sing Sal Sabil
NIM	: 2293309048
Program Studi	: Pengelolaan Perhotelan
Jurusan	: Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1



Carissa Dwilanisusantya S.K.M., M.Si
NIP. 199003062020122013

Pembimbing 2



Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, Spd., M.Pd.
NIP. 199408020220320202

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par.
NIP. 19910425202203201

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sagara Sing Sal Sabil
NIM : 2293309048
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi ...)
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2025/2026

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Peluang Pasar dan Kebutuhan Konsumen dalam Konsep Pengembangan Produk Homemade “KUKISÈ”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 21 Juli 2026

Yang menyatakan,



Sagara Sing Sal Sabil

NIM 2293309048

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sagara Sing Sal Sabil
NIM : 2293309048
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (Konsentrasi ...)
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Analisis Peluang Pasar dan Kebutuhan Konsumen dalam Konsep Pengembangan Produk Homemade “KUKISE”

adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Juli 2026

Yang menyatakan,



Sagara Sing Sal Sabil

NIM 2293309048

ABSTRACT

The food and beverage industry continues to experience growth and creates opportunities for the development of homemade businesses. One of the products with market potential is soft cookies, which are favored by consumers due to their taste, practicality, and variety of consumption occasions. However, the development of the Kukisé business still faces several challenges, including limited market analysis and insufficient understanding of consumer needs. Therefore, this study aims to analyze the market opportunities for the Kukisé soft cookies product, identify consumer needs in terms of taste, texture, sweetness level, product appearance, and packaging, and determine a product development concept that aligns with consumer preferences. The data were analyzed using descriptive statistical methods to provide an overview of consumer preferences, product expectations, and market opportunities. Kukisé has strong market potential, is capable of meeting consumer needs, and possesses a product development concept that aligns with consumer preferences.

Keywords: *market opportunity, consumer needs, product concept, soft cookies, Kukisé*

Industri food and beverage merupakan salah satu sektor yang terus berkembang dan memberikan peluang bagi usaha homemade. Salah satu produk yang memiliki potensi pasar adalah soft cookies yang banyak diminati karena memiliki cita rasa yang disukai, praktis, dan dapat dikonsumsi dalam berbagai kesempatan. Namun, pengembangan usaha Kukisé masih menghadapi beberapa permasalahan, seperti belum dilakukannya analisis peluang pasar secara mendalam dan kurangnya pemahaman terhadap kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang pasar pada produk soft cookies Kukisé, mengidentifikasi kebutuhan konsumen ditinjau dari aspek rasa, tekstur, tingkat kemanisan, visual produk, dan kemasan, serta menentukan konsep pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Kukisé memiliki peluang pasar yang baik, mampu memenuhi kebutuhan konsumen, serta memiliki konsep pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.

Kata kunci: peluang pasar, kebutuhan konsumen, konsep produk, soft cookies, Kukisé

PRAKATA

Puji syukur penulis hadiahkan ke hadirat Allah SWT berkat semua rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga peneliti mampu dalam penyelesaian Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Peluang Pasar dan Kebutuhan Konsumen dalam Konsep pengembangan Produk Homemade “Kukisé”” dengan baik. Tugas Akhir ini disusun selaku salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Pada tahapan menyusun Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi pada banyak pihak. Maka, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan ucapan terima kasih terhadap:

1. Bapak Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D, Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Bapak Mawan Nugraha S.S1. M.Acc. Ph.D., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Bapak Dimas Bayu Pinandoyo S.Si., M.Sc Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Ibu Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata.
5. Ibu Lu’luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par. selaku Kepala Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
6. Ibu Imas Masriah S.Tr.Par, M.Par. selaku Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
7. Ibu Carissa Dwilanisusantya S.K.M., M.Si, selaku Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini.

8. Rr. Christiana Mayang Anggraeni Stj, S.Pd., M.Pd selaku Pembimbing II, yang sudah memberi bimbingan, saran, motivasi, serta dukungan terhadap penulis bisa mengerjakan tugas akhir ini secara baik.
9. Kepada Ayahanda saya Kartono Luwi yang selalu menjadi semangat saya untuk bisa mengerjakan Skripsi ini, serta Ibunda saya Yuli Astuti yang selalu mendoakan dan memberi dukungan terhadap saya serta kedua kakak saya Soulisani Arimbi dan Kharisma Inggil Wekasane yang sudah memberi dukungan semangat terhadap penulis
10. Teman – Teman Kelompok “Kukisé”, Yaitu Alifa Amara Khoirunnisa, Baqis Anata Sabrina, dan Ria Ramadhan yang telah bekerja sama dan saling membantu untuk Tugas Akhir ini.
11. Teman – Teman grup “Kanjeng Mami” Yaitu Alifa Amara Khoirunnisa, Balqis Anata Sabrina, Ria Ramadhan, Hana Salsabila, Nandini Oktaviani, Fathia Diar Khansa, Muhammad Raziq Asadel dan Nur Ikhlas Mulia Adhi yang selalu memberi semangat serta dukungan terhadap peneliti.
12. Teman – Teman grup “Tolongin” Yaitu Reynaldo Kurniadi, Angga Yusma Prasetya, Ajie Muhamad Dzaqi dan Muhammad Rafli Pratama yang selalu memberi semangat, dukungan serta hiburan kepada peneliti.

Jakarta, 22 Juli 2026

Penulis,



Sagara Sing Sal Sabil

NIM : 2293309048

DAFTAR ISI

LAPORAN TUGAS AKHIR	1
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	2
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	3
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	4
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	5
ABSTRACT	6
PRAKATA	7
DAFTAR ISI	9
BAB I PENDAHULUAN	10
DAFTAR PUSTAKA.....	9

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri *food and beverage* adalah salah satu bidang yang selalu terdapat perkembangan positif di Indonesia dan berkontribusi relevan pada ekonomi nasional. Berlandaskan data Badan Pusat Statistik, sektor penyediaan makanan dan minuman menunjukkan peningkatan aktivitas usaha cukup besar, pada total usaha memperoleh lebih 5,28 juta unit terhadap tahun 2024 (Astrilestari, 2025). Sektor makanan dan minuman menjadi salah satu bagian penting dalam industri jasa karena berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen melalui penyediaan produk dan pelayanan yang mampu memberikan kepuasan (Susana, 2017).

Disisi lain perkembangan teknologi digital semakin mempercepat pertumbuhan sektor ini, usaha makanan dan minuman telah memanfaatkan media online sebagai sarana promosi. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang besar bagi usaha kuliner berbasis *homemade* untuk berkembang melalui kemudahan akses pasar, pemasaran, serta interaksi langsung dengan konsumen.

Sejalan dengan kondisi tersebut, salah satu produk yang memiliki peluang pasar besar adalah makanan bercita rasa manis. Representasi produk dalam kategori tersebut dapat ditemukan pada *cookies*, yang memiliki tingkat permintaan yang tinggi di berbagai segmen konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristiknya yang beragam dari segi rasa, tekstur, serta kemudahan dalam penyajian dan pengembangannya (Adam,

A, L, & France, 2012). Keunggulan tersebut menjadikan *cookies* sebagai salah satu produk yang mudah menyesuaikan terhadap tren pasar dan perubahan preferensi konsumen, sehingga memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan dalam industri makanan.

Kondisi tersebut kemudian diperkuat oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang menunjukkan kecenderungan memilih produk yang tidak hanya memiliki cita rasa yang enak, tetapi juga menarik secara visual, inovatif, dan memiliki nilai unik sebagai produk *homemade*. Dalam konteks ini, munculnya inovasi produk seperti *soft cookies* menjadi salah satu bentuk adaptasi terhadap kebutuhan konsumen. *Soft cookies* merupakan kue kering pada bentuk renyah diluar serta lembut (*chewy*) di dalam. Menurut (Wulandari & Wahyudi, 2023), *soft cookies* merupakan jenis *cookies* bergaya Amerika yang saat ini semakin populer dan diminati oleh berbagai kalangan konsumen.

Melihat perkembangan tren tersebut, peluang pengembangan produk *soft cookies* tidak hanya terbuka secara umum, tetapi juga dapat diimplementasikan pada usaha skala kecil berbasis *homemade*. Salah satu contoh usaha tersebut adalah “Kukisé”, yaitu brand *soft cookies* yang telah dijalankan pada semester lima dalam mata kuliah Praktik Kewirausahaan. Usaha ini telah memproduksi dan memasarkan produk kepada konsumen, sehingga memiliki pengalaman awal dalam proses produksi dan penjualan. Namun, berdasarkan evaluasi kegiatan usaha sebelumnya, masih terdapat beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan

“Kukisé” secara optimal. Permasalahan tersebut antara lain belum dilakukannya analisis peluang pasar secara mendalam dan pilihan varian produk yang masih terbatas.

Peluang merupakan faktor eksternal yang dapat berkontribusi dengan langsung ataupun tidak langsung pada kesuksesan suatu usaha (David & David, 2017; Fildzania et al., 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa peluang pasar sebenarnya masih terbuka, namun belum dimanfaatkan secara maksimal karena kurangnya pemahaman terhadap keperluan pelanggan. Menurut (Enok Rusmanah, Arie Wibowo Irawan, & Fredi Andria, 2019) peluang pasar sendiri muncul ketika terdapat permintaan konsumen yang didukung oleh kondisi pasar yang kondusif. Selain itu, pengembangan produk belum sepenuhnya didasarkan pada identifikasi kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen berupa Rasa produk yang menyangkut kesesuaian dengan selera pasar, tingkat kemanisan yang diinginkan oleh konsumen, tekstur produk seperti lembut dan renyah, desain kemasan untuk wadah pelindung produk dan kisaran harga sesuai dengan target pasar (remaja dan mahasiswa).

Namun, produk “Kukisé” masih menghadapi beberapa permasalahan. Permasalahan yang ditemukan tidak hanya terbatas pada kurangnya variasi produk, tetapi juga belum adanya analisis yang mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi konsumen terhadap produk *soft cookies* yang dikembangkan. Kondisi ini menyebabkan konsep produk yang disediakan tidak sepenuhnya selaras pada harapan

pasar serta target pelanggan. Usaha “Kukisé” pada minat konsumen terhadap produk cukup baik. Namun, informasi mengenai kebutuhan konsumen dan potensi pasar yang lebih luas belum tersedia secara sistematis sehingga diperlukan studi dalam mendapatkan data yang valid.

Namun, pengembangan produk “Kukisé” masih dilakukan berdasarkan asumsi penjual dan belum didukung oleh data konsumen secara langsung. Beberapa aspek penting seperti rasa produk, tingkat kemanisan, tekstur produk, ukuran, penyajian, serta desain kemasan, belum dianalisis berdasarkan preferensi konsumen. Akibatnya, produk yang dikembangkan berpotensi kurang memiliki daya tarik dan diferensiasi dibandingkan produk kompetitor yang sudah lebih mengikuti tren pasar serta keperluan pelanggan sekarang ini.

Berlandaskan latar belakang diatas, diperlukan analisis peluang pasar dan kebutuhan konsumen sebagai dasar dalam pengembangan konsep produk *soft cookies* “Kukisé”. Analisis peluang pasar bertujuan untuk mengidentifikasi potensi segmen konsumen, tren konsumsi makanan manis, serta posisi produk di pasar sehingga strategi pengembangan dapat lebih tepat sasaran.

Analisis kebutuhan konsumen bertujuan untuk memahami preferensi konsumen konsumen secara mendalam, meliputi aspek rasa, kualitas produk, desain kemasan, harga, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Namun, peluang tersebut belum dapat dimanfaatkan secara maksimal apabila pengembangan produk

belum sesuai dengan preferensi konsumen dan kebutuhan pasar. Dengan mengintegrasikan ke dua analisis tersebut, pengembangan produk kukise diharapkan dapat menghasilkan produk yang lebih inovasi, selaras pada keperluan pasar, serta memiliki daya saing yang lebih kuat di industri makanan ringan.

B. Identifikasi Masalah

Berlandaskan latar belakang tersebut, beberapa masalah yang bisa dijelaskan dibawah ini:

1. Belum dilakukan analisis peluang pasar sehingga potensi pasar yang tersedia belum dimanfaatkan secara maksimal.
2. Pengembangan produk masih belum didukung oleh analisis kebutuhan konsumen yang meliputi tingkat kemanisan, ukuran produk, penyajian, dan desain kemasan.
3. Peluang pasar produk Kukisé belum dipergunakan dengan maksimal dikarenakan belum diperkuat oleh pemahaman yang mencukupi terhadap kebutuhan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berlandaskan penjelasan pada penelitian ini lebih terarah serta tidak meluas, sehingga batasan masalah ditetapkan yaitu:

1. Studi ini terfokuskan terhadap pengembangan analisis peluang pasar produk *soft cookies* “kukise”.
2. Analisis kebutuhan konsumen dibatasi pada aspek, rasa, tekstur, ukuran, penyajian, dan kemasan.

3. Objek kajian terbatas pada produk *soft cookies* “Kukisé” yang akan dikembangkan.

D. Rumusan Masalah

Berlandaskan batasan masalah tersebut, rumusan masalah pada kajian ini yaitu:

1. Bagaimana analisis peluang pasar pada produk *soft cookies* “Kukisé”?
2. Bagaimana kebutuhan konsumen terhadap produk *soft cookies* “Kukisé” ditinjau dari aspek rasa, tekstur, ukuran, penyajian, dan kemasan?
3. Bagaimana menentukan konsep pengembangan produk “Kukisé” yang sesuai dengan preferensi konsumen?

E. Tujuan Kajian

Tujuan dari kajian analisis kebutuhan ini adalah:

1. Mengetahui peluang pasar produk *soft cookies* “Kukisé”.
2. Mengetahui kebutuhan konsumen terhadap aspek rasa, tekstur, ukuran, penyajian, dan kemasan produk “Kukisé”.
3. Menentukan konsep pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.

F. Manfaat Kajian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, kajian ini diharapkan akan meningkatkan peranan dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam sektor industri *food and beverage*. Penelitian ini dapat menjadi referensi mengenai pentingnya analisis peluang pasar dan kebutuhan konsumen sebagai dasar dalam pengembangan produk, terutama pada usaha *homemade* seperti *soft cookies*.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari kajian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi Industri (Kukisé)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi industri “Kukisé” untuk memahami peluang pasar yang ada serta kebutuhan konsumen secara lebih tepat. Temuan studi ini juga bisa menjadi landasan untuk perkembangan konsep produk, seperti variasi rasa, tekstur, ukuran, penyajian, dan kemasan yang selaras pada target pasar, maka dalam peningkatan daya tarik serta penjualan produk.

b. Bagi Mahasiswa

Kajian ini dapat menjadi sarana pembelajaran dalam memahami penerapan analisis peluang pasar dan kebutuhan konsumen dalam dunia usaha nyata, khususnya pada bidang *food and beverage*.

c. Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif

Kajian ini bisa menjadi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan dan *food and beverage* serta bisa menjadi kerja sama antara kampus dan mitra melalui penelitian praktik nyata

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, D., A. M. J., L. S. M., & France, B. (2012). Sweetness and Food Preference. *The Journal of Nutrition*, 11425-11485.
- Ageng Saepudin Kanda S, R. L. (2024). DAMPAK HOSPITALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI JONAS PHOTO. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, Hal 76-84.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Bandung: Alfabeta.
- Astrilestari, S. K. (2025). Statistik Penyediaan Makanan Minuman. Dalam S. K. Astrilestari, *Statistik Penyediaan Makanan Minuman*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Harlow: Pearson.
- Dodi Sukma R.A, R. H. (2021). ANALISA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP PERKULIAHAN DARING PADA ERA PANDEMI COVID-19. *SISTEM INFORMASI*, 130 - 142.
- Farid Wajdi, D. S. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frans Sudirjo, D. W. (2024). *TEORI PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN*. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Kennedy, P. S. (2024). Hospitality: Sejarah dan Perkembangannya dalam Manajemen Pariwisata. *IKRAITH-HUMANIORA*, Vol. 8 No. 2 .
- Kerlinger, F. N. (2006). *Foundations of Behavioral Research*. New York: CBS College Publishing.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. &. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kukuh Familiar, I. M. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN. *Management Analysis Journal*, 2252-6552.
- Laudon, K. C. (2021). *E-Commerce 2021–2022: Business, Technology, Society*. Harlow.
- Meilgaard, M. C. (2016). *Sensory Evaluation Techniques*. Boca Raton: CRC Press.
- Nugraha1, R. N. (2023). Peluang Pasar Pada Tourism Metaverse Di Dki Jakarta. *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 475-481.
- Rifa'i, M. (2021). ANALISIS KEBUTUHAN KONSUMEN SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN OMSET USAHA RITEL. *IZZII: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1 No. 1.
- Schindler, D. R. (2014). *Business Research Methods*. New York : McGraw-Hill Education.

- Sri Maharani, M. B. (2018). *ANALISIS HUBUNGAN RESILIENSI MATEMATIK TERHADAP KEMAMPUAN PEMECAHAN MASALAH SISWA PADA MATERI LINGKARAN*. SILIWANGI BANDUNG: JPML.
- Sugiyono. (2019). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA BANDUNG.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta.
- Winarno, F. G. (2004). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wiwin Widiasih, H. M. (2016). *Penyusunan Konsep untuk Perancangan Produk Pot Portable dengan Pendekatan Quality Function Deployment (QFD)*. Surabaya: Seminar Internasional dan Konferensi Nasional.

