

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286–1295.
- Anggreani, M., & et al. (2023). Analisis Pengaruh Sektor Pertanian terhadap PDRB Sektor Pertanian di Indonesia Tahun 2015-2021. *Journal on Education*, 06(01), 6889–6907.
- Arifin. (2016). *Pengantar Agroindustri*. CV. Mujahid Press.
- Aryanta, I. W. R. (2022). Manfaat Buah Naga Untuk Kesehatan. *E-Journal Widya Kesehatan*, 4(2), 8–13.
- Boto, A. B. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Produk Cake Bengkuang (Studi Kasus UMKM Rumah WH8 Kota Padang) [Skripsi]*. Universitas Andalas.
- Charyani, B. (2019). *Analisis Usaha Agroindustri dan Pemasaran Tahu di Desa Sialang Sakti Kecamatan Dayun Kabupaten Siak [Skripsi]*. Universitas Islam Riau.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish (CV. Budi Utama).
- Hanim, L., & Noorman, M. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Unissula Press.
- Hendrayani, E., & et al. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Media Sains Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kridani, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan untuk Bergabung Sebagai Anggota dalam Bisnis Multi-Level Marketing. *Journal Psikoborneo*, 8(2), 289–296.
- Kurniawan, D., & Apriatni. (2017). *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti di Kota Semarang*.
- Listyowati, E. A., Suryantini, A., & Irham, I. (2021). Minat dan Persepsi Konsumen dalam Pembelian Sayuran dan Buah Secara Online. *Agritepa: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 8(2), 148–164.
- Lubis, M. W. (2018). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Buah Naga*

(*Hylocereus Polyrhizus*) [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Maulana, S., Dawam, A., & Septiana, A. (2022). Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 175–181.

Meitasari, D., Mutisari, R., & Widyawati, W. (2020). Pengaruh Sosio-Demografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hortikultura Pada *Online Market*. *Nomor*, 4, 959–972.

Mukhtasida, B. A. (2015). *Persepsi Konsumen Terhadap Produk Olahan Nanas dan Strategi Pengembangannya (Sebuah Kasus di CV. Tulimario desa Tangkit Baru, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi)* [Skripsi]. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EF Press Digimedia.

Nugroho, S. S. (2015). *Persepsi Konsumen Terhadap Merek, Label Dan Kemasan Pada Produk Minuman Sari Apel Merek Adam's Apple* [Skripsi]. Universitas Brawijaya.

Nurlailiantika, P. (2022). *Pengaruh Modal Sendiri Dan Company Size Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2018-2021)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Pranata, H. (2018). *Pengaruh Pendidikan, Upah, usia, dan Masa Kerja terhadap Produktivitas Tenaga Kerja*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Universitas Brawijaya.

Prasetjio, R., & Ihalauw, J. J. O. . (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Purba, E. F., & Simanjuntak, P. (2012). *Metode Penelitian*. Medan: Percetakan SADIA.

Putri, K. D. (2021). *Sikap Konsumen terhadap Produk Selai Kacang Merek "Jiggly Belly Peanut Butter" di Kota Banjarmasin* [Skripsi]. Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru.

Qomaro, G. W. (2018). *Sertifikasi Halal Dalam Persepsi Konsumen Pada Produk Pangan di Kabupaten Bangkalan*. Universitas Trunojoyo Madura.

Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen*. Palembang: CV. Penerbit Anugrah Jaya.

Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.

- Schiffman, G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. PT. Indeks Gramedia.
- Safira, S. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Buah-Buahan Secara Online Pada KedaiMart (PT Kedai Sayur Indonesia) [Skripsi]*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi Ketiga). Prenada Media Group.
- Shandy, A., Khaswarina, S., & Maharani, E. (2017). Persepsi Konsumen terhadap Bauran Pemasaran di Klapperpie Kota Pekanbaru. *Pekbis Jurnal*, 9(3), 185–195.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sofiah, M., Ramadhani, S., & Bi Rahmani, N. A. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4P (Product, Price, Promotion, and Place) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kencana, P. K. D. (2017). Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien. *Udayana University Press*, 1–178.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian terhadap Produk Sehat di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 2(2).
- Suwandi, A., Daulay, N., Innur, R. H., Lubis, S. P. Z., Siregar, S. N., Pranata, S., & Wulandari, S. (2022). Peranan dan kendala Pengembangan Agroindustri di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), 3185–3192.
- Tampubolon, C. A. (2019). *Stratetgi Pemasaran Selai Nanas Rendah Kalori*.
- Tan, K. (2021). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Citra Merek Pada Cikake*. 6(4).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Trisliatanto, D. A. (2019). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Ujang Sumarwan. (2011). Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran. Bogor: *Ghalia Indonesia* (Vol. 3).
- Warisno, & Dahana, K. (2010). *Buku Pintar Bertanam Buah Naga*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wicaksono, I. F., Handini, Y. D., & Wahyudi, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Pertanian Ganesha. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2).
- Wirartha, I. M. (2006). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan Tesis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

