

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, V. D. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Apel "Agrista" di Kota Batu (Studi Kasus di CV. Bagus Agriseta Mandiri)*.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., & Widowati, I. (2020). Analisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix 7-p) terhadap keputusan pembelian di thiwul ayu mbok sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1).
- Badan Standardisasi Nasional. SNI 01-3544 (2013). *Sirup*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Reabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gerbang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. Media Sains Indonesia.
- Dewi, D. P. (2010). *Analisis Tipe Perilaku Konsumen Dalam Membeli Teh Di Pasar Tradisional Kabupaten Wonogiri*. Universitas Sebelas Maret.
- Direktorat Jendral Holtikultura. (2008). *budidaya maju markisa 2008*.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori Dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UBPress.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). Penerbit Universitas Diponegoro.
- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. HIRA TECH.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunardi, F., & Sentosa, A. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Bukti Fisik, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di My Kopi-o Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1).
- Hamid, M., & Sarita. (2018). Pengaruh Iklan Dan Brand Image Sirup Bunga Padi 168 Terhadap Minat Beli Konsumen Di Desa Reileut Kecamatan Kota Juang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 6(1).

- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Cv. Pustaka Ilmu Group.
- Hasan, A. (2014). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hasibuan, R. A. (2017). *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Pizza Combi Di Soekarno Hatta Malang* [Skripsi]. Universitas Brawijaya.
- Hurriyati, ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Jannah, M. (2019). *Analisis penerapan bauran pemasaran (marketing mix) berbasis syariah dalam meningkatkan minat beli konsumen pada produk nozy juice di kota banda aceh*. UIN Ar-Raniry.
- Kambolong, M., Nurjannah, & Ambarwati, L. (2021). *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi*. Penerbit Qiara Media.
- Karsa, R. N. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Bubuk Tri Arga Di Kota Bukittinggi* [Skripsi]. Universitas Andalas.
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Sukoharjo. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2000). *Prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.).
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kuncoro, E. A., & Ridwan. (2012). *Cara Mudah Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Marpaung, A. E., & Karo, B. B. (2016). Karakterisasi dan Evaluasi Markisa Asam Hibrid Hasil Persilangan Markisa Asam Ungu dan Merah (*Passiflora* sp.) (Characterization and Evaluation of Passion Fruit Acid Hybrid from Purple and Red Passion Fruit Acid Crossing). *Jurnal Hortikultura*, 26(2).
- Maulidi, H. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Chocolate Changer Di Kota Padang*. Universitas Andalas.

- Mazmur, A., Arsyad, M., & Hasan, B. (2019). Penerapan Mesin Pengeruk Buah Markisa di Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Seminar Nasional Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat (SNP2M)*, 2(1).
- Mustaniroh, S. A., Astuti, R., & Widyaningtias, D. (2011). *Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brem Padat Di Kota Madiun*.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19.
- Nirwana, St. R. A. (2015). *Regresi Logistik Multinomial dan Penerapannya dalam Menentukan Faktor yang Berpengaruh pada Pemilihan Program Studi di Jurusan Matematika UNM*. Universitas Negeri Makasar.
- Nurjanah, L. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk pada Sentra Oleh-Oleh Makanan di Pasar Wisata Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Octavini, N. A., Nurhasanah, I. A., & Syafei, M. B. (2022). Pengaruh Lokasi, Tata Letak, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada usaha ritel Toko Parjo Way Jepara). *Journal of Economic and Business Retail*, 1(2).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Purba, Elvis, F., & Simanjuntak, P. (2012). *Metode Penelitian*. Percetakan SADIA.
- Raharjo, B. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Produk DD Super Pia, Tangerang, Dengan Menggunakan Regresi Logistik Periode Agustus-Oktober 2011. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(2).
- Rahmaniyah, S. (2018). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pusat Oleh-oleh GGT UD Kediri. *Urnal Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2(3).
- Ridwan. (2004). *Metode observasi dan penelitian*. Rineka Cipta.
- Roflin, E., Riana, F., Munarsih, E., Pariyana, & Liberty, I. A. (2023). *Regresi Logistik Biner dan Multinomial*. PT. Nasya Expanding Management.
- Santana, M., & S. (2018). *Pendugaan Umur Simpan Zobo (Hibiscus sabdariffa L.) Drink dalam Kemasan Berbeda dengan Metode Accelerated Shelf-Life Testing (ASLT) Pendekatan Arrhenius*. Universitas Pasundan.
- Santika, D., & Heng, L. (2023). Pengaruh Kinerja Pelayanan Karyawan terhadap Minat Beli melalui Nilai Bagi Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*.
- Selviyani, S. H., & Zurida, L. (2023). Pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap minat beli pengunjung pusat oleh oleh adrem khas sanden bantul. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(4).

- Setiabudi, M. U., Parera, W. B., & Far-Far, R. A. (2013). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Segar Studi Kasus Hypermart-Ambon City Center Kota Ambon. *Jurnal Agrilan*, 1(4).
- Setiawan, M. A. (2021). *Pengaruh Brand Image, Product Quality dan E-Promotion terhadap Keputusan Pembelian Sirup Parijoto (Studi Pada CV. Seleksi Alam Muria)* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli konsumen pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(2).
- Siregar, A. E. H., & Gultom, T. (2018). *Karakterisasi Morfologi Markisa (Passiflora) Di Kabupaten Karo Sumatera Utara*.
- Sucipta, Nyoman, I., Suriasih, Ketut, Kencana, & Diah, P. K. (2018). *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien*. Udayana Universitas Press.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Sukirno, S. (2004). *Pengantar Bisnis*. Prenada Media.
- Sumarwan, U. (2012). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. PT. Penerbit IPB Press.
- Sumitra, J., Kusumastuti, T. A., & Widiati, R. (2013). Pemasaran Ternak Sapi Potong Di Kabupaten Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan. *Buletin Pereternakan*, 37(1).
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran : Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Syafruddin, R. F., & Darwis, K. (2021). *Ekonomi Agroindustri*. Penerbit PT. Nasya Expanding Management.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan penelitian*. ANDI.
- Umar, & Husein. (2002). *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran* (2nd ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ummah, Z. R., Khalikussabir, K., & Hardaningtyas, R. T. (2024). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Otella Drink (Studi Pada Konsumen Produk Otella Drink di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01)
- Wa'i, M. S. (2023). *Pengaruh Digital Marketing, Endorse Celebrity Dan Reliquisitas Terhadap Keputusan Pembelian Sirop Parijoto (Studi Pada Cv. Seleksi Alam Muria)* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Kudus.

- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).
- Yuyun, & D, G. (2011). *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman*. Agromedia Pustaka.
- Zainuddin, & Damanik N. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sirup Markisa Pohon Pinang Pada Pt. Irian Supermarket Tebing Tinggi. *Jurnal Creative Agung*, 10(1).

