

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, Rusdy, (2005). Pemasaran Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1).
- Akdoğan, C. (2021). Price perception and consumer behavior: The mediating role of perceived value. *Journal of Business Research - Turk*, 13(2), 1245-1256.
- Akhmalia, D. G. (2023). The influence of marketing mix on purchase decisions. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 8(02), 51-56.
- Alma Buchari, (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam. Alfabeta. Bandung.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Amrin, Abdullah. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Grasindo: Jakarta.
- Amstrong, Kottler., (1997), "Prinsip-Prinsip Pemasaran", Erlangga, Jakarta.
- Andriyanto, Lilik. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Thiwul Ayu Mbok Sum Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul). Fakultas Pertanian. Universitas Pembangunan Nasional Veteran. Yogyakarta.
- Anoraga, Pandji. (2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Austin, J.E. (1981). *Agroindustrial Project Analysis*. The Johns Hopkins University Press.
- Beu, N.S., Moniharapon, S., & Samadi, R.L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Ikan Kering pada UMKM Toko 48 Pasar Bershati Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 1530–1538.
- Candra, Y., Sari, D.P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *JIMT*, 1(2), 122–124.
- CFNS UGM. (2020). Tantangan dan Tren Makanan di Indonesia.
- Chapman, J. D., & Wahlers, R. G. (1999). "A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model.
- Christalisana, C. (2018). Pengaruh Pengalaman dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan pada Proyek di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Fondasi*, 7(1), 87–98.
- Consumer Behavior and Marketing Strategy oleh Peter, J. P., & Olson, J. C. (1996) CV. Alfabeta.

- Dewanti, M.A. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 236–237.
- Dewi, F. M., & Sulivyo, L. (2022). Influence of Consumer Behavior and Marketing Mix on Product Purchasing Decisions. *APTISI Transactions on Management*, 6(2), 151-157.
- Effendi, N.I., Harahap, D.F., Nelvia, R., & Marthika, L.D. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kabupaten Bungo. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 469–471.
- Effendi, S. (2012). Tukiran. Metode penelitian survei. Penerbit LP3ES. Jawa Barat.
- Erawati, D. (2015). Pengaruh Likuiditas, Manajemen Aset, Manajemen Liabilitas, dan Profitabilitas terhadap Harga Saham Pasar/Buku Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2008-2012. *E-Jurnal Ilmu Manajemen MAGISTRA*, 1(1), 71-87.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur
- Firdaus, R., & Yaskun, N. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan ringan pada konsumen generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 45-57.
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Grewal, D., Krishnan, R., Levy, M., & Munger, J. (2010). Retail success and key drivers. *Retailing in the 21st Century: current and future trends*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hendra, M. N. (2024, Juli 19). UMKM Sumbar capai 593.100 didominasi usaha mikro. *Bisnis.com*. Retrieved from <https://sumatra.bisnis.com/read/20240719/533/1783606/umkm-sumbar-capai-593100-didominasi-usaha-mikro>
- Hermawan, A. (2021). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan ringan lokal. *Jurnal Pemasaran*, 7(2), 88-97.
- Hermawan, Haris. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Hurlock, E. B. (2006). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2005). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Hutagaol, Vici Kristina. (2009). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kopi. Universitas Widyatama. Bandung

- Imran, & R. R., & Nasfi. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan pada Industri Alumunium Bukittinggi. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 202–212.
- Iqbal, A. I. W. and M. A., & Indradewa, R. (2019). How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers. *Int. J. Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>
- Irmawati. (2014). *Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit*. Jakarta. Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan).
- Kementerian Perdagangan RI. (2022). *Laporan Konsumsi dan Preferensi Masyarakat*.
- Kementerian Perindustrian. (2022). *Laporan Kinerja Industri Makanan dan Minuman*.
- Khairunnisa, T., Yulia, & Atmaja, E.J.J. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Tahu (Studi Kasus: UMKM Rumah Tahu Kabupaten Bangka Barat). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), 820–832.
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shope Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.
- Komalasari, Fitri. (2010). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia Eseries*, Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip Dan G. Amstrong. (2012). *Principle Of Marketing*. Pearson Education Limited. New Jersey.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Ed.milenium 2*. Jakarta: PT. Ikram Mandiriabadi
- Kusmayadi, R. C. R. (2017). Kontribusi pekerja wanita dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan proses pengambilan keputusan dalam keluarga. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 103-113.
- Marcelina, Jesse dan Tantra, Billy. (2014). *Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya*. Fakultas Ekonomi. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Marius, P Angipora, (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.

- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: Van Nostrand.
- Morissan. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia Group: Jakarta.
- Mubyarto. (1997). *Ekonomi Kerakyatan: Strategi Pembangunan yang Berorientasi pada Rakyat Banyak*. Jakarta: LP3ES.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- NielsenIQ. (2023). *Snack trends report: Changing consumer habits in Indonesia*. NielsenIQ Insights.
- Noor, Agus Mentari. (2016). Pengaruh bauran pemasaran 7(P) terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa hotel Grand Sawit di Samarinda. *eJournal administrasi bisnis*, ISSN 2355-540
- Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(4), 77–92.
- Pemerintah Kota Padang. (n.d.). Pascapandemi, UMKM di Padang bertumbuh pesat. Diakses dari <https://lama.padang.go.id/pascapandemi-umkm-di-padang-bertumbuh-pesat>
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prasetyo, B., & Jannah, M. (2011). *Lina. Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Purnamasari, Yulia Endah S. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berlibur Di Kota Semarang. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(9), 13–15.
- Saragih, B. (1996). *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, I. M., Rinaldi, A., Putra, F. G., & Cooperative, T. C. (2020). Pengaruh Sisa Hasil Usaha (SHU) pada Koperasi Menggunakan Regresi Linear Berganda. 7(2), 110–120
- Satmoko, S, dkk. (2005). Analisis Efektivitas Marketing Mix Terhadap Tingkat Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Kesatuan*. Vol. 6, No. 1, h. 38-51.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.).

- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Setiadi, Nugroho. (2010). *Perilaku konsumen*, (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana
- Soekartawi. (2001). *Agroindustri dan Strategi Pengembangannya*. Jakarta: UI Press.
- Stanton, W. J. (1985). *Prinsip Manajemen Edisi Ketujuh Jilid 1*, terj. Yohanes Lamarto, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan ujang, (2003). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta; Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi keenam. Jakarta : Erlangga
- Suryana, A. (2003). *Pengembangan Agroindustri dan Peningkatan Nilai Tambah Hasil Pertanian*. Bogor: IPB Press.
- Susanti, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM sektor makanan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 34-42.
- Susilawati, T., Suryani, Y., & Mulyadi, M. (2018). Pengaruh kemasan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk snack sehat. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 112-120.
- Sutisna., (2003), “*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*”. Cetakan Ketiga: PT Remaja Posdakarya Bandung.
- Tjiptono, Fandi. (2011). *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing: Malang
- W Tandjung, (2004), *Marketing Management Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Banyumedia, Malang.
- Wang, Y., Li, X., & Zhang, L. (2023). Packaging design and consumer purchase intention: Evidence from snack food market. *International Journal of Consumer Studies*, 47(1), 67-80. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12782>
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia Report*.
- Wijayanti, Irine Diana Sari. (2008). *Produk Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Pembelian*. Manajemen, Yogyakarta ; Mitra Cendikia Press.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 16
- Yusuf, M., & Matiin, N. (2022). Analysis of the Effect of the Marketing Mix on Purchasing Decisions. *International Journal of Economics and Management Research*, 1(3), 177-182.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.