

DAFTAR PUSTAKA

- Albar Tanjung, A., & Muliyani. (2021). *Metodologi Penelitian: Sederhana, Ringkas, Padat dan Mudah Dipahami*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Aprianti, Y., & Yunita, M. (2023). Peran perempuan dalam memenuhi kebutuhan keluarga. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(1), 39–45.
- Arifin. (2016). *Pengantar Agroindustri*. Vol. Cetakan I. Bandung: CV Mujahid Press.
- Arwini, N. P. D. (2021). Roti, Pemilihan Bahan dan Proses Pembuatan. *Jurnal Ilmiah Vastuwidya*, 4(1), 33–40.
- Aryani, F., Primawanty, F., Utami, R., & Furi, M. (2023). Gambaran Perilaku Masyarakat Tentang Penggunaan Multivitamin Di Apotek-Apotek Kota Pekanbaru Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Farmasi Indonesia*, 12(1), 13–18.
- Auliya, S., Fadhillah, Z., Winarno, S. T., & Wijayati, P. D. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pendapatan Terhadap Minat Beli Sayuran Hidroponik di PT. Kebunsayur Surabaya. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 397–407.
- Bagus, I. G. U. (2011). Peran Agroindustri dalam Pembangunan Pertanian. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 44(1), 3–8.
- Benu, Y., Sembiring, A. C., & Nita, M. H. D. (2023). Gambaran Tingkat Kesukaan Lansia dan Daya Terima Menu Sayuran di UPTD Kesejahteraan Sosial Lanjut Usia di Kupang. *Kupang Journal of Food and Nutrition Research*, 4.
- Boto, A. B. (2019). *Persepsi Konsumen Terhadap Produk Cake Bengkuang (Studi Kasus UMKM Rumah WH8 Kota Padang)*. Universitas Andalas.
- Direktorat Gizi Departemen Kesehatan Republik Indonesia. (2002). *Tabel Komposisi Zat Gizi Pangan Indonesia*. Jakarta: Departemen Kesehatan RI.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Firdaus, J. E., & Cahya, S. B. (2024). Pengaruh Variasi Menu, Harga, dan Promosi melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bomboloni (Studi di Virous Bombolone & Donuts Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(3).
- Hanim, L., & MS. Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Edisi Pertama. Semarang: Unisulla Press.

- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Edisi Pertama. Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hayat, S. I. (2020). *Perbedaan Kecepatan Pengunyahan pada berbagai Karakteristik Tekstur Makanan pada Lansia*. Universitas Padjajaran.
- Hidayaturrofiq, N. (2022). *Strategi Pemasaran Toko Kue Afdzol pada Masa Pandemi COVID 19 di Desa Bendoagung Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek*. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah.
- Indonesia, A. P. B. (2016). *Perkembangan Perusahaan Roti dan Kue*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Management Marketing*. Edisi 14.
- Kotler, P., Molan, B., & Sarwiji, B. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Muliasari, R. M., & Rachmina, D. (2015). *Keputusan Pembelian dan Sikap Konsumen Roti Merek Sari Roti (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor)*. Forum Agribisnis, 89–104.
- Muna, N. N., W, R. A., Salsabila, A. N., Aghnia, B. H. A., Wikahuripan, G. O., Kalimaya, P., & P, M. A. M. (2025). *Pages : 3992-4001*. 2(3), 3992–4001.
- Naftali, A. R. (2017). *Kesehatan Spiritual dan Kesiapan Lansia dalam Menghadapi Kematian*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Edisi 7. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purwanto. (2012). *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing*. Edisi Pertama. Platinum.
- Ramadhani, M. (2024). *Analisis Persepsi Konsumen terhadap Bauran Pemasaran Selai Buah Naga pada Usaha Parakno Farm di Kota Padang*. Universitas Andalas.
- Rohmah, N. F. (2019). Struktur dan Desain Organisasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 1–13.
- Sa'diah, E. L. (2021). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Beras Organik Di Pasabaru (Fresh Market) Padang*. Universitas Andalas.
- Schiffman, L. G dan Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media.
- Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Edisi Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Edisi 3. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Susilawati, E. F. (2005). *Studi Tentang Menu Makanan dan Status Gizi Balita (Studi Kasus di Dusun Taraban Desa Taraban Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan*. Universitas Airlangga Surabaya.
- Susiloningsih, E. K. B., Yulistiani, R., & Hidayat, R. (n.d.). *Kajian Substitusi Tepung Tapioka dan Penambahan Gliserol Monostearat pada Pembuatan Roti Tawar*. 125–137.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yosita, O. (2016). *Analisis persepsi konsumen produk roti manis safari bakery di kota padang*. Universitas Andalas.
- Yuaningsih, T., Pujiarto, P., & Watemin, W. (2021). Kontribusi Usaha Agroindustri Tahu Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 25–34.

