DAFTAR PUSTAKA

Anita, Turyandi, I., & Manurung, M. T. (2025). *Manajemen UMKM: Transformasi dan inovasi di era digital.* (D. E. Putri (ed.)). Ganesha Kreasi Semesta.

Bantacut, T. (2017). Pengembangan kedelai untuk kemandirian pangan, energi, industri, dan ekonomi. Soybeans Development for Food Sovereignty, Industrial, and Economy. *Jurnal Pangan*, *26*, 81–95.

BPS. (2025). *Statistik Indonesia 2025: Statistical yearbook of Indonesia* (Direktorat Diseminasi Statistik (ed.); 53rd ed.). Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/8cfe1a589ad3693396d3db9f/statistik-indonesia-2025.html

Cahyono, K. E., & Alamsyah, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger King Jemursari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *10*(6), 1–16.

Faturahmah, A. N., Abdullah, A., & NurJannah. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Pizza Umi Kendari. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *9*(2).

Hajar, A. (2024). *Analisis profitabilitas usaha agroindustri tahu (studi kasus UD Restu di Desa Pasui Kecamatan Buntu Batu Kabupaten Enrekang)*. Universitas Muhamadiyah Makassar.

Haryanto, H. N. H., Yuswita, E., Prasetyaningrum, D. I., & Rahman, M. S. (2024). Analisis pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kuliner Wontonomia di Kota Malang,. *Jurnal Ilmu Pengetahuan*, *4*(4), 387–399.

Herdhiansyah, D. (2022). Kajian proses pengolahan tahu: Studi kasus industri tahu di Kecamatan Kabangka Kabupaten Muna. *Jurnal Agritech*, *24*(2).

Ibrahim. (2025). Tantangan dan harapan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern. *Jurnal Economica*, *4*(1), 27–34.

Kemala, S., Permata, D., Almasdi, Kuliman, & Fitri, N. H. A. F. (2023). Analysis of the influence of the marketing mix on consumer purchasing decisions using the structural equation modeling method. *Journal of Islamic Economics*, *5*, 126–142.

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*, 820–832.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management.* (S. Yagan & E. Svendsen (eds.); 14e ed.). Pearson.

Murni, M. L., Setiowati, Y., Ashari, M. A. H., & Haksami, A. M. T. (2018). *Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada usaha tahu.*

Nurcahyo Achmad, A., Samsir, S., & Efni, Y. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Kimteng di Pekanbaru. *Bahtera Inovasi*, *4*(1), 10–24. https://doi.org/10.31629/bi.v4i1.2755

Pramono, Y. B., Mulyani, S., Budi, S., Abduh, M., Kamil, R. Z., Legowo, A. M., Astuti, A. T., Ramadhani, D., Putri, B., Puspita, D. A., Lestari, T. Y., Pangan, T., & Tengah, J. (2022). Diversifikasi hiwan tahu berbasis hasil samping tahu bakso bu pudji ungaran. *Agro Dedikasi Masyarakat*, *3*(2), 10–11.

Safitri, E. (2019). *Karakteristik perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil: Studi kasus PT Hadji Kalla Cabang Gowa.* Negeri Makasar.

Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, *4*(1–2), 137–146.

Simamora, E. R., Ansori, I., Ginting, M. L., Suryani, R., Kalbuadi, A., Prasetya, P., Rezeki, S., Dina, F., Fadjar, A., Rinaldi, M., Indrawati, M., Fitriana, A., Firmansyah, H., Gustina, I., Rifai, M. S., & Sudirman, A. (2021). *Consumer behavior.*

Sri Wahyuningsih, S. S. (2024). *Buletin konsumsi pangan* (S. Wahyuningsih (ed.); 15th ed.). Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariatan Jendral Kementrian Pertanian.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* (Sugiyono (ed.)). Alfabeta.

Suhartini, S. H. (2018). *Analisis sumber-sumber pertumbuhan produksi kedelai*. *16*(2), 89–109.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. https://www.scribd.com/document/509665337/Ujang-Sumarwan-Perilaku-Konsumen-Teori-dan-Penerapannya-dalam-Pemasaran

Sutter, J. (2025). *Asia soy foods report.* (J. Sutter (ed.)). USSEC.

Timisela, N. R. D. B. W., Yulianti, M., Fathoni, Z., Mahdar, Suciati, L. P., Yurisinthae, E., Melly, S., Aji, T. S., & Senjayani, A. (2023). *Pengantar agroindustri.*

Wona, M. L. N., Timuneno, T., & Fanggidae, A. H. J. (2021). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Toko Buku Suci Kupang.*

Zuhdi, S., & Primandini, D. (2024). The influence of product quality, price perceptions, and sales promotions on purchasing decisions: Case study at the House of Donatello in Bogor. *Jurnal Ilmiah Managemen*, *12*(3), 617–628. https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2541


UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK
KEDJAJAAN
BANGSA