

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N. 2013. Faktor risiko yang berhubungan dengan kejadian gizi lebih pada remaja di perkotaan. *Unnes Journal of Public Health*. 2(1): 1-8.
- Alijosiene, S. dan R. Gudonaviciene. 2010. Analyzing price-quality relationship using Conjoint analysis. *Economics and Management*. (15): 350-358.
- Alwi, I. 2015. Kriteria empirik dalam menentukan ukuran sampel pada pengujian hipotesis statiska dan analisis butir. *Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*. 2(2): 140-148.
- Amirullah. 2002. Perilaku konsumen. Cetakan Pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Antony, J. 2014. *Design of Experiments for Engineers and Science*. Elsevier Ltd. USA.
- Anwar, Y. dan D. Gunarsa. 2011. *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman*. PT AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Artaya, I. P., M. Kamisutara, dan R. A. Baktiono. 2018. Pengaruh citra produk berdasarkan analisis persepsi konsumen pada kelompok usaha aneka pangan Kota Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*. 4(1): 36-49.
- Arza, P. dan Afifah, S. N. 2022. Efektifitas edukasi gizi dengan tatap muka dan online terhadap pengetahuan dan perilaku konsumsi susu siswa SMP. *Jurnal Endurance: Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*. 7(2): 255-260.
- Aziz, Y. A. dan N. V. Chok. 2013. The role of halal awareness, halal certification, and marketing components in determining halal purchase intention among non-muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*. 25(1): 1-23.
- Budhyanti, W. 2018. Status gizi dan status tanda vital mahasiswa akfis UKI. *Jurnal Pro-Life*. 5(2): 543-556.
- Bungin, B. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta.
- Christi, R. F., P. Edianingsih, K. R. G. Alhuur. 2019. Pentingnya minum susu untuk anak usia dini, remaja dan lanjut usia di Pesisir Pangandaran. *Media Kontak Tani Ternak*. 1(2): 12-15.
- Churcill, G. A. 2004. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Clancy, K. J. dan R. S. Shulman. 1996. *Marketing Myths That Are Killing Business*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

- Eniza. 2004. Teknologi Pengolahan Susu dan Hasil Ikutan Ternak. USU Digital Library. Medan.
- Fie, H. M. 2007. Consumer-Led Food Product Development. CRC Press. England.
- Hair, Black, Babin, Anderson, dan Tatham. 2006. Multivariate Data Analysis Sixth Edition. Pearson Education. New Jersey.
- Heriawan, T. 2018. Analisa kreatifitas pelaksanaan strategi pemasaran pada usaha *retail business* (bisnis eceran) untuk usaha mini market konvensional di Indonesia. Jurnal Ekonomi. 9(1): 58-69.
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. 2018. Analisis tugas perkembangan mahasiswa fakultas ilmu pendidikan universitas negeri gorontalo. Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik). 2(1): 73-80.
- Khalik, I. 2020. Penetapan Atribut Produk dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya pada Kinerja Pemasaran. Penerbit Insania. Cirebon.
- Khomsan, A. 2004. Peranan Pangan dan Gizi untuk Kualitas Hidup. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Kim, S. H., W. K. Kim, M. H. Kang. 2016. Relationships between milk consumption and academic performance, learning motivation and strategy, and personality in Korean adolescents. Nutrition Research and Practice. 10(2): 198-205.
- Kobayashi, M. L. dan M. D. T. Benassi. 2015. Impact of packaging characteristics on consumer purchase intention: instant coffee in refill packs and glass jars. Journal of Sensory Studies. 30(3): 169-180.
- Kotler, P. dan Armstrong. 2003. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Ke-9. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. PT Indeks. Jakarta.
- Kurniawan, M. W. W. dan T. D. Widyaningsih. 2017. Hubungan pola konsumsi pangan dan besar uang saku mahasiswa manajemen bisnis dengan mahasiswa Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Universitas Brawijaya terhadap status gizi. Jurnal Pangan dan Agroindustri. 5(1): 1-12.
- Mahon, A. K. dan E. Haas. 2013. A mixe-methods approach to targeting collage students' dairy behaviors. American Journal of Health Behavior. 37(5): 703-710.
- Narjono, A. I. 2012. Atribut Produk sebagai Dasar Keputusan Pembelian Susu. Jurnal Ekonomika. 5(1): 6-11.

- Papathanassis, A., M. H. Breitner, dan C. Schoen. 2012. *Cruise Management: Information and Decision Support Systems*. Gabler Verlag. Heidelberg.
- Pileliene, L. dan V. Liesionis. 2014. Influence of product attributes on milk consumer's choice in Lithuania. *Economics*. 2: 223-229.
- Prihatin, T. 2018. Implementasi metode simple additive weighting dalam penentuan susu uht terbaik untuk anak balita. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*. 4(2): 1-6.
- Rangkuti, F. 2005. *Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rao, V. R. 2014. *Applied Conjoint Analysis*. Springer. Heidelberg.
- Rasyid, A. K. 2019. Atribut produk intrinsik dan ekstrinsik yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk camilan khas Kota Malang. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*. 2(2): 61-79.
- Resmawati, T., M. A. Mukid dan D. Safitri. 2013. Analisis preferensi konsumen terhadap produk susu berbasis analisis *Conjoint* menggunakan metode presentasi *pairwise-comparison*. *Jurnal Gaussian*. 2(4): 405-415.
- Rizaldi, Y. 2014. *Perlindungan Kemasan Produk*. Alfabeta. Bandung.
- Rozenberg, S., J. J. Body, O. Bruyere, P. Bergmann, M. L. Brandi, C. Cooper, J. P. Devogelaer. 2016. Effects of dairy products consumption on health: benefits and beliefs—a commentary from the Belgian Bone Club and the European Society for Clinical and Economic Aspects of Osteoporosis, Osteoarthritis and Musculoskeletal Diseases. *Calcified tissue international*. 98(1): 1-17.
- Samarwan, U. dan F. Tjiptonon. 2019. *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Penerbit IPB Press. Bogor.
- Santoso, S. 2005. *SSBBTI: SPSS & Excel Kepuasan Konsumen*. Gramedia. Jakarta.
- Semaoen, I. dan S. M. Kiptiyah. 2011. *Mikroekonomi*. UB Press. Malang.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. Prenada Media. Jakarta.
- Sigarlaki, F. R., M. L. Rundengan, dan J. Pandey. 2021. Analisis pengaruh atribut kemasan terhadap minat beli susu cair Ultra Milk (studi kasus pada konsumen Freshmart Express Airmadidi Superstore). *ZOOTECH*. 41(2): 433-443.
- Sitorus, L. J., T. Kusmayadi, E. Herawati. 2021. Hubungan antara atribut produk dan keputusan pelajar terhadap pembelian susu cair *ultra high temperature* (uht). *Seminar Nasional Pertanian*. pp. 208-218.

- Soeparno. 2021. Properti dan Teknologi Produk Susu. Gadjah University Press. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis. CV Alfabeta. Bandung.
- Sunarto. 2004. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Penerbit Amus. Yogyakarta.
- Walstra, P., J. T. M. Woulters, dan T. J. Geurts. 2005. Dairy Science and Technology. Edisi 2. CRC Press. New York.
- Wardyaningrum, D. 2014. Pola komunikasi keluarga dalam menentukan konsumsi nutrisi bagi anggota keluarga. Jurnal Ilmu Komunikasi 8(3): 289-298.
- Zikhri, M. 2016. Analisis preferensi konsumen terhadap atribut susu kedelai dan faktor yang mempengaruhi. Skripsi Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Zulganef. 2006. Pemodelan Persamaan Struktural dan Aplikasinya menggunakan Amos 5. Pustaka. Bandung.