

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, D. (2015). Partial Least Squares: Another Method of Structural Equation Modeling Analysis. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 19(3), 238–248.
- Adicandra, R., & Estiasih, T. (2016). Beras Analog dari Ubi Kelapa Putih (*Discorea alata* L.): Kajian Pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 4(1), 383–390.
- Aprillia, W., Mintarti, S. U. and Utomo, S. H. (2014) ‘Pengaruh latar belakang sosial ekonomi orang tua, pendidikan ekonomi di keluarga terhadap perilaku konsumsi yang dimediasi oleh economic literacy (Studi pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang)’, *Jurnal Pendidikan Humaniora*, 3(1), 78–84.
- Arfah, Yenni. (2022). Keputusan Pembelian Produk. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Assauri, Sofjan. (2019). *Manajemen Pemasaran, edisi 1*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bappeda Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). Pangan: Jumlah Konsumsi Beras di Daerah Istimewa Yogyakarta. Diakses pada 6 Oktober 2023, dari https://bappeda.jogjapro.go.id/dataku/data_dasar?id_skpd=86
- Budi, F.S., P. Hariyadi, S. Budijanto, dan D. Syah. (2013). Teknologi Proses Ekstrusi untuk Membuat Beras Analog. *PANGAN*, 22 (3), 263-274.
- Budijanto, S., Y. I. Andri, D. N. Faridah, S. Noviasari. (2017). Karakterisasi Kimia dan Efek Hipoglikemik Beras Analog Berbahan Dasar Jagung, Sorgum, dan Sagu Aren. *AGRITECH*, 37 (4), 402-409. <https://doi.org/10.22146/agritech.10383>
- Budijanto, S. dan Yuliyanti (2012). Studi Persiapan Tepung Sorgum (*Sorghum Bicolor* L. Moench) dan Aplikasinya pada Pembuatan Beras Analog. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 13(3), 177–186.
- Cannon, Perreault & McCarthy (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.
- Dasipah, E., Budiyono, H. and Julaeni, M. (2010) ‘Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di pasar modern kota Bekasi’, *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 1(2), 24–37.
- Elvina, M. (2016). Sikap Masyarakat Jakarta Pengguna Aplikasi Grab terhadap Brand Baru Grab. *Journal E-Komunikasi*, 4(1), 1–11.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Firmansyah, Anang. (2023). Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy. Pasuruan: Qiara Media.
- Fitrawaty, Wawan Hermawan, Muhammad Yusuf, & Indra Maipita. (2023). A simulation of increasing rice price toward the disparity of income distribution: An evidence from Indonesia. *Heliyon*, 9(3), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13785>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R. (2010). *Multivariate data analysis (7th edition)*. Harlow: Pearson Education Limited.

- Hair, Joseph & Abdullah Alamer. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) in Second Language and Education Research: Guidelines Using An Applied Example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1 (3). <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Handajani, S., Sulandri, L., Purwidiani, N., & Zamroh, B. (2020). Study of Rice Analog from Cassava-Soybean Processed Product. *Advances in Social Science, Education, and Humanities Research*, 406, 287–297. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200218.046>
- Hanifawati, T., Suryantini, A. and Mulyo, J. H. (2017) ‘Pengaruh atribut kemasan makanan dan karakteristik konsumen terhadap pembelian’, *Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 6(1), 72–85.
- Hasanah, N., Ugiarto, M., & Puspitasari, N. (2017). Sistem pengelompokan curah hujan menggunakan metode k-means di wilayah kalimantan timur. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 122–126.
- Haryono, N. and Octavia, R. (2020) ‘Analisis pengaruh citra merek dan mutu layanan terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen’, *Jurnal INDEPT*, 4(1), 20–27.
- Hendryadi, H. (2017) ‘Validitas isi: Tahap awal pengembangan kuesioner’, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 169–178. <https://dx.doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.47>
- Henseler, J., Ringle, C. M. and Sinkovics, R. R. (2009) ‘The use of partial least squares path modeling in international marketing’, *Advances in International Marketing*, 20, 277–319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hu E. A., Pan A., Malik V., Sun Q. (2012). White rice consumption and risk of type 2 diabetes: meta-analysis and systematic review. *BMJ: British Medical Journal*, 344, 1-9. <https://doi.org/10.1136/bmj.e1454>
- Jamira, A. (2017). Analisis Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning* Studi Kasus Keripik Kentang Leo. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 235–242.
- Jiuhardi. (2023). Analisis kebijakan impor beras terhadap peningkatan kesejahteraan petani di Indonesia. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 19(1), 98-110.
- Kamal, S. M. M., Mahmud, S. N., Hussain, S. A., & Ahmadun, F. R. (2007). Improvement on Sago Flour Processing. *International Journal of Engineering and Technology*, 4(1), 8-14. <https://doi.org/10.4172/2157-7110.1000682>
- Kartajaya, Hermawan. (2009). *New Wave Marketing, The World is Still Round, The Market is Already Flat*. Jakarta: Gramedia.
- Kartajaya, H., Kotler, P., Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia.
- Kaur, K., Dhaliwal, D.S. & Vohra, K.R., (2013). Statistically Refining the Initial Points for *KMeans clustering* Algorithm. *International Journal of Advanced Research in Computer Engineering & Technology*, 2(11), 2972-2977.
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition Pearson Prentice Hall.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Yogyakarta: Erlangga.
- Kusnandar, H., & Adi R. K., Qonita, Rr., Aulia, K., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (2). 320-327.
- Kurtz, David L. (2008). *Contemporary Marketing*. 13th ed. United States: South-Western Cengage Learning.
- Latan, H., & Noonan, R. (2017). *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues, and Applications*. Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-64069-3>
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x>
- Liang, Y. P. (2012). The Relationship between Consumer Product Involvement, Product Knowledge and Impulsive Buying Behavior. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 325–330. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1193>
- Louhenapessy, JE, dkk. (2010). *Sagu Harapan dan Tantangan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Lukman, Hakim. (2017). *Strategi Pemasaran Beras Analog pada PT FITS Mandiri Bogor Jawa Barat. Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Machmur, M., Dharulsyah, Sawit, M.H., Subagyo, A., Rachman, B. (2011). *Diversifikasi Pangan Solusi Tepat Membangun Ketahanan Pangan Nasional*. Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian 2011.
- Mardiana, S. (2013) ‘Peranan komunikasi pemasaran dalam membentuk perilaku konsumen’, *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.
- Mehmetoglu, M. (2011) ‘Model-based post hoc segmentation (with REBUS-PLS) for capturing heterogeneous consumer behaviour’, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 19(4), 165–172. <https://doi.org/10.1057/jt.2011.17>
- Miller, J.B., Pang, E. dan Bramall, L. (1992). Rice: A High or Low Glycemic Index Food? *American Journal Clinical Nutrition*, 56(6), 1034–1036. <https://doi.org/10.1093/ajcn/56.6.1034>
- Muningsih, E., & Kiswati, S. (2015). Penerapan Metode K-Means Untuk Clustering Produk Online Shop Dalam Penentuan Stok Barang. *Jurnal Bianglala Informatika*, 3(1), 10-17. <https://doi.org/10.31294/bi.v3i1.570>
- Novandari, W. (2011) ‘Analisis Motif Pembelian dan Profil Perilaku ”Green Product Customer” (Studi pada Konsumen Produk Pangan Organik di Purwokerto)’, *JEBA*, 13(1), 9–16.
- Nasrudin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di PT Hadji Kalla Cabang Palopo. *Management Development and Applied Research Journal*, 3 (2), 19-27. <https://doi.org/10.31605/mandar.v3i2.1097>
- Natalia, P. and Mulyana, M. (2014) ‘Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian’, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 119–128.
- Navolykina, Maria. (2019). *Marketing Funnel*. Dalam <https://www.x-cart.com/blog/marketing-funnels.html>

- Noviasari, S., F. Kusnandar, A. Setiyono, S. Budijanto. (2015). Beras Analog sebagai Pangan Fungsional dengan Indeks Glikemik Rendah. *Jurnal Gizi Pangan*, 10 (3), 225-232. <https://doi.org/10.22146/agritech.10383>
- Novitasari, D., Hermawan, A., & Candra Sunarti, T. (2017). Pengembangan Produk Beras Analog untuk Meningkatkan Penerimaan Pasar. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(2), 152–160. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2017.27.2.152>
- Pramudita, A. M. and Rahim, S. A. (2011) ‘Periklanan internet: Faktor pendorong yang merangsang pembelian produk kecantikan’, *Jurnal Komunikasi*, 27(1), 1–17.
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Rasyid, M., Yuliana, N., & Budijanto, S. (2016). Karakteristik Sensori dan Fisiko-Kimia Beras Analog Sorghum dengan Penambahan Rempah Campuran. *Agritech*, 36(4), 394–403. <http://dx.doi.org/10.22146/agritech.16762>
- Rheinnadia, Irwanto, A. K., & Najib, M. (2017). Peran Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian Terkait Strategi Pemasaran Soyjoy di Area Bogor. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 11(2), 123–128.
- Rismiati & Ig. Bondan Suratno. (2001). Pemasaran Barang dan Jasa. Yogyakarta: Kanisius.
- Rizkalla, S.W., Bellisle, F. dan Slama, G. (2002). Health Benefits Of Low Glycaemic Index Foods, Such As Pulses in Diabetic Patients and Healthy Individuals. *British Journal of Nutrition*, 88(3), 255–262. <https://doi.org/10.1079/BJN2002715>
- Rizki, D. A., Munandar, J. M., & Syaefudin Andrianto, M. (2013). *Analisis Persepsi Konsumen dan Strategi Pemasaran Beras Analog (Analog rice)*, IV (2).
- Romadhon, G., 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Perpindahan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 1-16.
- Rosiatun, A. (2010). Analisis Segmentasi Pasar Pemirsas Program Berita Sore (Studi Kasus di Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rozi, F., Santoso, A. B., Mahendri, I. G. A. P., Hutapea, R. T. P., Wamaer, D., Siagian, V., & Syam, A. (2023). Indonesian Market Demand Patterns For Food Commodity Sources of Carbohydrates in Facing The Global Food Crisis. *Heliyon*, 9(6), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16809>
- Ruri Hafizh Hanafrian. (2017). Tinjauan Strategi Segmentasi, *Targeting, Positioning (STP) Pada PT Soka Cipta Niaga*. *E-proceeding of Applied Science*, 3(2), 338-344.
- Sadek, N. F., Budijanto, Yuliana, N. D., Prangdimurt, E., & Priyosoeryanto, B. P. (2016). Potensi Beras Analog sebagai Alternatif Makanan Pokok untuk Mencegah Penyakit (Degeneratif Potency of Rice Analogue as Staple Food Alternative to Prevent Degenerative Diseases). *Jurnal Pangan*, 25(1), 61-70. <https://doi.org/10.33964/jp.v25i1.307>
- Saragih, B., Naibaho, N. M. & Saragih, B., 2019. Nutritional, functional properties, glycemic index and glycemic load of indigenous rice from North and East Borneo. *Food Research*, 3(5), 537-545. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.3\(5\).035](https://doi.org/10.26656/fr.2017.3(5).035)
- Schiffman, L. and Kanuk, L. L. (2008) ‘Perilaku konsumen’, Jakarta: PT Indeks Group.

- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons, United Kingdom. <https://doi.org/10.4236/vp.2023.92003>
- Septiani, V. (2021). Pengembangan Produk Beras Analog Menggunakan Metode Kansei dan Value Engineering. *Skripsi*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Srihari, E., Lingganingrum, F., Alvina, I., & Anastasia. (2016). Rekayasa Beras Analog Berbahan Dasar Campuran Tepung Talas, Tepung Maizena, dan Ubi Jalar. *Jurnal Teknik Kimia*, 11(1), 14–19. https://doi.org/10.33005/jurnal_tekkim.v11i1.824
- Stanton, William J. (2008). *Fundamental of Marketing*. 10 Edition. Mc. Graw-Hill. International Edition, New York.
- Sujarweni, W. (2014) SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, N. and Ekasasi, S. R. (2020) ‘Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy’, *Cakrawangsa Bisnis*, 1(1), 17–28.
- Sumardiono, S., Jos, B., Antoni, M. F. Z., Nadila, Y., & Handayani, N. A. (2022). Physicochemical Properties of Novel Artificial Rice Produced From Sago, Arrowroot, And Mung Bean Flour Using Hot Extrusion Technology. *Heliyon*, 8(2), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08969>
- Suryadi, Edy dan Hutomo, Doni. (2010) Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kartu Prabayar IM3 di Kota Pontianak. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 3 (1).
- Tavakol, M. and Dennick, R. (2011) ‘Making sense of Cronbach’s alpha’, *International journal of medical education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy & Chandra Gregorius. (2012). *Pemasaran Strategi Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- United States Department of Agriculture (USDA). (2023). *Rice Outlook: June 2023*. Economic Research Service.
- Valencia, Erica & M. G. M. Purwanto. (2020). Artificial Rice as an Alternative Functional Food to Support Food Diversification Program in The 2019 International Conference on Biotechnology and Life Sciences. *KnE Life Sciences*, 5(2), 177-186. <https://doi.org/10.18502/cls.v5i2.6449>
- Wahyuni, Sri. (2013). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Dukungan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Skuter Matic Merek Honda.” *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 13(2), 1-20.
- Wijayanti, Prasmita Dian, Harianto, & Achmad Suryana. (2019). Permintaan Pangan Sumber Karbohidrat di Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 17(1), 13-26.
- Wulan, Eka. (30 Desember 2022). *Beras Shirataki Produksi Madiun Akan Dipasarkan Mulai Februari 2023*. RRI.go.id. <https://www.rri.go.id/daerah/124441/beras-shirataki-produksi-madiun-akan-dipasarkan-mulai-februari-2023>.
- Yuwono, S., & Zulfiah, A. (2015). Formulasi Beras Analog Berbasis Tepung Mocaf dan Maizena dengan Penambahan CMC dan Tepung Ampas Tahu. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 3(4), 1465–1472.