

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W dan Andry H. 2018. Pengaruh bauran pemasaran (7P) terhadap pengambilan Keputusan siswa dalam memilih sekolah berbasis entrepreneur (studi pada SM Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2(2): 309-325.
- Ananda, G. C. 2019. Faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi beli konsumen pada pasar swalayan maju bersama marendal medan. *Jurnal Pancabudi*, 12(2): 20-32.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti., Setyawati V. A. V., Hartanto A. A. 2022. Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4): 2580-3735.
- Anugerah E., Priatna W. B., dan Yanuar R. 2023. Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen Aranya Coffee and Forest. *Jurnal Paradigma Agribisnis*, 6(1): 44-59.
- Anggraini, L. D., Deoranto P., dan Ikasari D. M. 2022. Analisis persepsi konsumen menggunakan metode *importance performance analysis* dan *customer satisfaction index*, *Jurnal Industri*, 4(2): 74-81.
- Azmah, N. S., Saty F. M. dan Sutarni. 2022. Analisis kepuasan konsumen terhadap pembelian produk keripik pisang di kota metro. *Jurnal Dwijen Agro*, 12(2): 1979-3901.
- BPS. 2023. Produksi Tanaman Sayuran di Indonesia. <https://www.bps.go.id/indicator/55/61/1/produksi-tanaman-sayuran.html>. Diakses pada 7 November 2023.
- BPS. 2023. Upah Minimum Kabupaten/Upah Minimum Provinsi di Daerah Istimewa Yogyakarta (Rupiah) 2021-2023. <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/6/272/1/upah-minimum-kabupaten-upah>. Diakses 19 April 2024.
- Busschaert, C., De Bourdeaudhuij, I., Van Holle, V., Chastin, S. F. M., Cardon, G., De Cocker, K. 2015. Reliability and validity of three questionnaires measuring context-specific sedentary behaviour and associated correlates in adolescents, adults and older adults. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(1):1-13.
- Casban dan Zulfikar S. R. 2022. Analisis cost of poor quality proses painting produk pan oil td. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1): 9-16.
- Christin, dan Budiawan. 2017. Analisis pengaruh *marketing mix* (7P) terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada house of moo, semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1): 1-8.
- Cozby, P. C. 2009. *Methods in Behavioral Research* (9th ed). Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- David, J. 2022. Bawang merah dan penyimpanannya. *Jurnal Pertanian Agros*, 24(3): 1474-1480.
- Deri, F dan Dede. 2022. Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2): 85-114.
- Dewi, M. K. 2016. Pengaruh tingkat produksi, harga, dan konsumsi terhadap impor bawang merah di Indonesia. *Jurnal EP Unud*, 5(1): 139-149.
- Dewi. N.K dan Widyastuti A. V. 2022. Analisa karyawan layanan distribusi PT. X menggunakan metode service quality dan importance performance analysis (IPA). *Management Studies & Entrepreneurship Journal*, 3(6): 4089-4097
- Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Kulon Progo. 2019. Verifikasi Klaster Champions 2019. <https://pertanian.kulonprogokab.go.id/detil/324/verifikasi-klaster-champions-2019> . <Diakses 07 Maret 2024>



- Dhita, S. G., Mukson, dan Agus S. 2022. Pengaruh marketing mix 7P terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen produk olahan kopi espresso di kota semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 6(1): 175-188.
- Dwinanda, G dan Nur Y. 2020. Bauran pemasaran 7P dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail giant ekspres makassar. *Jurnal Mirai Management*, 6(1): 2597-4084.
- Fandy, T dan Chandra G. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Farida, I. Tarmizi A., dan November Y. 2016. Analisi pengaruh bauran pemasarsan 7P terhadap kepuasan pelanggan pengguna gojek online. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(1): 31-40.
- Gaol, A. L, Hidayat K., dan Sunarti. 2016. Pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen (Survei pada mahasiswa S1 fakultas ilmu administrasi tahun akademik 2012/2013 universitas brawijaya yang menggunakan smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*: 38(1): 125 -132.
- Gunawan, A. A dan Sunardi H.P. 2016. Pengaruh kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1): 1-12.
- Hasanuddin A dan Hadayani. 2015. Analisis pemasaran bawang goreng pada industri rumah tangga flamboyan di kelurahan panau kecamatan tawaeli kota palu. *Jurnal Agrotekbis*, 3(3): 360-367.
- Hernikawati, D. 2021. Analisa dampak pandemi covid-19 terhadap jumlah kunjungan pada situs e-commerce di Indonesia menggunakan uji t berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25 (2): 191-202.
- Humas Daerah Istimewa Yogyakarta. 2022. Sukses, Hasil Panen Raya Bawang Merah Srikayangan Meningkatkan 65%. <https://jogjaprovo.go.id/berita/sukses-hasil-panen-raya-bawang-merah-srikayangan-meningkat-65>. Diakses 9 November 2023.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya. Penerbit Untomo Press.
- Imanulah, R., dan Andriyani, I. 2022. Pengaruh citra toko, varian produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada restoran pancious soma palembang. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295.
- Jan, R. H., Bachdar F. N., dan Hasan F. 2022. Pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian daging ayam. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2): 198-206.
- Jabawidhiartha, M. Y., Setiawan E. A. Sarwoedi A. G. Fadhilah M. 2024. Peran market hub “Sibakul Jogja” dalam membangkitkan UMKM selama masa pemulihan pasca pandemi covid-19. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 3(2): 230-237.
- Japlani, A., Suryadi, dan M. Nurokim. 2019. Bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen menggunakan analisis SEM, *Jurnal DINAMIKA* 5(1): 2460-3643.
- Kotler, Philip., and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*, 16th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.
- Kotler P dan Armstrong G. *Principles Of Marketing*. 2018. United States. Pearson Education.
- Kusumawati, S. A., Soedarto, T., Amir I. T. 2022. Analisis nilai tambah home industry bawang goreng “miji-miji food” kabupaten gresik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(2): 795-803.
- Lemeshow., Stanley, David W. Hosmer J., Janeile K., dan Stephan K. 1997. *Lwanga. Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Lovelock, C dan Wirtz J. 2016. *Services Marketing People, Technologi, Strategy*. Sevent Edition, Peorson Education., New Jersey United States of America.



- Lupiyoadi, R.D. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulana, H. I. 2019. Upaya meningkatkan kualitas produk PD. X dengan menggunakan metode importance performance analysis dan kano. *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 1 (2): 31-34.
- Karim, M. (2019). Segmentasi Pasar Konsumen Keripik Pisang Hijrah. Medan: Universitas Medan Area. Skripsi.
- Kurdi M. 2019, Analisis kepuasan konsumen terhadap produk rengginang lorjuk cap jempol kecamatan paragaan sumenep. *Jurnal Wacana Equilibrium: Jurnal pemikiran & pemikiran dan penelitian ekonomi*, 7(1): 2654-386.
- Martilla, J. A. and J. C. James. 1977. Importance Performance Analysis. *The Journal of Marketing*, 41(1): 77-79.
- Maulida, Z dan Indah D., R. 2021. Analisis strategi pemasaran sebagai strategi persaingan bisnis: studi kasus bisnis kuliner rumah makan khas aceh “hasan” di kota nada aceh. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra (JMAS)*, 2(3): 188-202.
- Meilda, Y, Hamdani I., dan Triwoelandari R. 2022. Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus al-amin islamic store laladaon bogor). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2): 274-290.
- Meitasari, D., Mutisari R., dan Widuawati W. 2020. Pengaruh sosio-demografis terhadap keputusan pembelian produk hortikultura pada online market, 4(4): 959-972.
- Mulyanto, H dan Wulandari A. 2010. Penelitian Metode dan Analisis. Semarang, CV Agung.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta. Kencana Prenadamedia Group.
- Nofriansyah, Burhannudin, dan Salmiati. 2019. Analisis bauran pemasaran produk bawang goreng pada UD. Sri Rejeki Kota Palu. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Palu*, 2(1): 1120-1131.
- Nur, F. I. T., Baga L.M. dan Burhanuddin. 2022. Strategi pengembangan bisnis bawang goreng UD. HJ. Mbok Sri di kota palu sulawesi tengah. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(2): 246-261.
- Nurhayaty, M. 2022. Strategi mix marketing (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) 7P di PD rasa galendo kabupaten ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2): 119-127.
- Oktavianti R dan Budiarti A. 2021. Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dimediasi citra merek. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(1): 112-127.
- Padmaratri, L. 2019. Unik, di Kulon Progo Ada Camilan Bawang Goreng dengan Aneka Rasa, *Harian Jogja*, <https://wisata.harianjogja.com/read/2019/10/10/504/1021456/unik-di-kulonprogo-ada-camilan-bawang-goreng-dengan-aneka-rasa>. Diakses pada 29 April 2024.
- Paranata A dan Umam A. T. 2015. Pengaruh harga bawang merah terhadap produksi bawang merah di jawa tengah. *Jurnal JEJAK (Journal of Economics Policy)*, 8(1): 36-44.
- Prasetyo, D. D., Yulianto E., dan Sunarti. 2016. Pengaruh iklan secara online terhadap keputusan pembelian (survei pada mahasiswa pengguna produk telkomsel internet 4G LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 41(1): 170-174.
- Pribudi, S dan Harjanti D. 2018. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di shoesholic shop tunjungan plaza Surabaya. *Jurnal AGORA*, 6(1): 1-8.
- Putri, G. M., Suryana I. M., Udiyanan B., P., dan Sujana I.P. 2022. Jurnal pertanian dan hasil tanaman bawang merah (*Allium ascalonium* L) pada uji pupuk guano di tanah sawah renon. *Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*, 12(23): 19-23.



- Rahmawati, A. A. N. Varietas Bawang Merah Unggul Spesifik dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Direktorat Jenderal Hortikultura, Kementerian Pertanian RI. Jakarta Selatan.
- Rasmikayati, E., Fauziah Y. D., Trimo L., Kusumo R. A. B., Saefuddin B. R. 2021. Analisis karakteristik konsumen produk olahan mangga ditinjau dari aspek demografis, geografis, psikografis serta perilaku konsumen sebelum dan saat pandemi covid-19. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 7(2): 1618-1638.
- Ratih, H. 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- Saadah L., Matadani L., dan Taqiyuddin A. 2021. Analisis perbedaan kinerja karyawan pada PT Surya Indah Multirasa Jombang. Jurnal Inovasi Penelitian, 515-522.
- Santoso. 2011. Persepsi konsumen terhadap kualitas bakpao telo dengan metode importance performance analysis (IPA). Jurnal Teknologi Pertanian, 12(1): 9.
- Setiawan, A. D., Yamani A.Z., dan Winati F. D. 2022. Pengukuran kepuasan konsumen menggunakan *customer satisfaction index* (CSI) dan *importance performance analysis* (IPA) Studi kasus UMKM Ahul Saleh. Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT), 1(4):286-295.
- Setiyorini, A. Mulyanti J., dan Aulia F. B. 2022. Pendampingan pengelolaan dan pemasaran produk bawang goreng :Mr. Bram”. Jurnal Adarma, 9(12): 57-62.
- Sibakul Jogja. <https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/blog/>. <Diakses pada 22 Juni 2024>
- Sopian, A. 2021. Analisis pertumbuhan dan produksi tanaman bawang merah dengan pemberian pupuk mono kalim phosphate pada tanah sub optimal. Jurnal AGRIFOR, 20(1): 17-24.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Penerbit CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2015. Perilaku Konsumen: Teori Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., dan Efendi. (2015). Prinsip-prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa. Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-Marketing. (Maya, Penyunt.) Yogyakarta: Penerbit AND.
- Syahputra, H, Ramadhanu A., dan Putra R. B. 2020. Penerapan metode importance performance analysis (IPA) untuk mengukur kualitas sistem informasi ulangan harian, Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi, 1(4): 334-340.
- Taherdoost, H. 2018. Validity and reliability of the research instrument; how to test the validation of a questionnaire/survey in a research. International Journal of Academic Research in Management (IJARM), 5(3): 28-36.
- Taluke, D., Lakar R. S.M., dan Semberl A. 2019. Analisis preferensi masyarakat dalam pengelolaan ekosistem mangrove di pesisir Pantai kecamatan loloda kabupaten Halmahera barat. Jurnal Spasial, 6(2): 2442-3262.
- Tarmizi A dan Ulyah. 2016. Pengaruh tanggal kadaluarsa dan label halal pada kemasan produk makanan terhadap keputusan pembelian masyarakat sungai terap muaro jambi. Jurnal Innovatio, 17(1): 45-54.
- Taroreh, S., F., Joyce L., dan Ferdy R. 2023. Analisis pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada café K7 di amurang kabupaten minahasa Selatan selama masa new normal. Jurnal Ekomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (EMBA), 11(4): 1354-1364.
- Tjiptono, F. 2004. Manajemen Jasa. Penerbit Andi, Yogyakarta.



- Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umam. R.K dan Hariastuti N. P. 2018. Analisa kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode customer satisfaction index (csi) dan importance performance analysis (ipa). Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Wati, N. S., Satria C., dan Salim A. 2022. Pengaruh label halal dan kadaluwarsa terhadap keputusan pembelian produk minuman dalam kemasan di indomaret bupati oesman bakar, kayuara kabupaten musi banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, 2(1): 39-52.
- Wibowo, D. H., Arifin Z., dan Sunarti. 2015. Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (studi pada batik diajeng solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1): 59-66.
- Wibowo, Y., Purnomo B. H., dan Aida U. N. 2019. Analisis kualitas jamur krispy berbasis kepuasan konsumen (Studi kasus: IKM Berkah Cinta Trenggalek". *Jurnal Agrotek*, 13(2): 91-99.
- Wongleedee, K. 2015. *Marketing Mix and Purchasing Behavior for Communicaty Products at Traditional Market*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 197, 2080-2085.