

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Muhidin. 2007. Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian. CV Pustaka Setia. Bandung.
- Algesheimer, R., U. M. Dholakia, dan A. Herrmann. 2005. The Social Influence Of Brand Community: Evidence From European Car Clubs. *Journal of marketing*. 69(3): 19-34.
- Anggraeni, E. D., S. I. Hidayat., dan I. T. Amir. 2021. Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Konsumsi Susu. *Jurnal Social Economic of Agriculture*. 10(1): 41–49.
- Anwar, I. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 4(12).
- Arifin dan hadi. 2007. Membuka Cakrawala Ekonomi. PT Setia Purna Inves. Bandung.
- Arikunto, Syharsini. 2007. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Permintaan Susu di Indonesia.
- Christoph, M. J., An, R., & Ellison, B. 2016. Correlates of nutrition label use among college students and young adults: A review. *Public Health Nutrition*, 19(12): 2135–2148.
- Darmawan dan S. Arifin. 2020. Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang. *Bisman: The Journal of Business and Management*. 4(1): 2021.
- Dewi DAAN. 2018. Modul III: Uji Validitas dan Reliabilitas. *Statistika Terapan*. Universitas Dipenogoro.
- Fardiaz, S. 1989. Mikrobiologi Pengolahan Pangan. PAU Pangan dan Gizi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ferdinand. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Ferrinadewi, E. dan D. Darmawan. 2004. Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan. Universitas Atma Jaya. Yogyakarta.
- Gande, S., Mangal, R. K., Stead, T. S., & Ganti, L. 2023. State of nutrition amongst US college students: dataset of a national survey study. *BMC Research Notes*. 16(1): 1–2.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (Edisi ke-7). Universitas Diponegoro. Semarang.

- Ginting, Nembah dan F. Hartimbul. 2012. Manajemen Pemasaran. Cetakan 2. Bandung: Yrama Widya.
- Hanum, Z. dan V. Wanniatie. 2015. Kualitas Susu Pasteurisasi Komersil. Jurnal Agripet. 15(2): 92-97.
- Hapsari, Niken. 2017. Seluk Beluk Promosi dan Bisnis. A'Plus Books. Yogyakarta.
- Hidayat, T., 2022. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli (Studi kasus pada smartphone Samsung di Neo Komunika). Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 10(1): 195-202.
- Hombing, P.S., B. Suwarno, dan C. Pramono. 2022. Pengaruh perhatian, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan terhadap minat beli konsumen pada PT. Mahkota Petriedo Indoperkasar. Ensiklopedia Education Review. 4(1): 75-78.
- Indrasari, M. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press. Surabaya.
- Iriani, I. dan A. Hermani. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Atribut Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Susu Cair Uht Frisian Flag (Studi Kasus Pada Pembeli Uht Frisian Flag Usia 20-35 Tahun Di Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 5(4), pp.418-428.
- Kurniawan, F.R., Setyowati, S. dan Ihsaniyati, H., 2018. Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Usaha Kedai Susu Mom Milk Untuk Menarik Minat Konsumen. SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis. 13(2): 167-177.
- Koswara, Sutrisno. 2009. eBookPangan. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Kotler, P. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. Principles of Marketing. Pearson.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2016. Marketing Management, Edisi 15. Pearson Education.
- Lubis, A.Z., L. L. Nahulae, N.M.Anggraini. and R. Adawiyah. 2024. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. 9(1). 25-28.
- Lestari, Dewi. 2016. Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada ZYVI Cell Pangkalpinang, Skripsi, Universitas Bangka Belitung.

- Machfoedz, M. 2005. Pengantar Pemasaran Modern. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.
- Mardiatmoko, G. 2020. Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linear berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* L.]). BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan. 14(3): 333-342.
- Mulyawan, S., Widjaja, A. W., & Wirawan, P. C. 2021. The Effect of Product Variation and Price Promotion on Purchase Intention. Journal of Marketing Research, 45(3): 89-98.
- Muid, A., & Souisa, J. 2023. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Aerostreet. Ekono Insentif. 17(2), 107–122.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. 2024. Perguruan Tinggi Universitas Gadjah Mada. Jakarta.
- Philip, K., Hermawan, K. and Iwan, S. 2017. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Penerbit Gramedia. Jakarta
- Pranatawijaya, V. H., W. Widiatry, R. Priskila, dan P. B. A. A. Putra. 2019. Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online. Jurnal Sains Dan Informatika. 5(2): 128-137.
- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Priyambodo, L. F. S. Tjiptono, dan M. Suyoto. 2012. M-Commerce in Indonesia: Problems and Prospects. International Journal of Computer Applications & Information Technology. 1(2): 71-76.
- Purwadi. 2017. Penanganan Hasil Ternak. UB Press. Malang
- Putri, S.I., Yulianti, E., Saputra, G.G. and Ningrum, H.F., 2022. Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. Jurnal Ilmiah Poli Bisnis. 14(1): 29-40.
- Ramadhani, Z., & D. Solihin. 2024. Pengaruh variasi produk dan promosi terhadap minat beli konsumen pada PT Primafood Internasional (Prima Freshmart) cabang Curug Depok. Prosiding Seminar Nasional Manajemen. 1(2): 72–76.
- Santoso, D., & Prabowo, A. 2020. Pengaruh Promosi Digital terhadap Minat Beli Konsumen di Media Sosial. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 12(2): 25-34.
- Satria, A. A. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. 2(1): 45-53.

- Shafiyya, A., Kristanti, N.E. and Yuliando, H. 2023. Analysis of Consumer Perception and Preference of Pasteurized Milk on Buying Decision during the COVID-19 Pandemic. *agriTECH*. 44(3), pp.209-217.
- Sirajuddin, R.S.B., Senathirajah, A.R.B.S. and Haque, R. 2023. Marketing Mix Influence On Consumer Buying Behavior: A Case Study On The Cosmetics Industry. *International Journal of Professional Business Review*. 8(5): 1499.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soeparno, R. dan S. T. Indratiningsih. 2011. *Dasar Teknologi Hasil Ternak*. Gadjah Mada University. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, J.H., Alfiyana, S. and Firmansyah, M.I. 2023. Analisis Harga, Kepuasan Dan Kualitas Produk Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Dimensi*. 12(3): 739-750.
- Talibo, R., B. F. J. Sondakh., A. A. Sajow., dan J. Lainawa. 2017. Analisis persepsi petani peternak sapi potong terhadap peran penyuluh di Kecamatan Sangkub Kabupaten Bolaang mongondow utara. *Zootec*. 37 (2): 513-525.
- Ummat, R. and K. A. Hayuningtias. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 4(6): 2279-2291.
- Utami, K.B., Radiati, L.E. and Surjowardojo, P. 2014. Kajian Kualitas Susu Sapi Perah PFH (Studi Kasus Pada Anggota Koperasi Agro Niaga Di Kecamatan Jabung Kabupaten Malang). *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan*. 24 (2):58-66.
- Utami, Ruri et al. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*. 6(2). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Medan
- Wahjono, Sentot. 2010. *Bisnis Modern*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Widi, R. 2011. Uji Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognathic (JKG Unej)*. 8(1): 27-34.
- Winahyu, N., E. W. Fatmawati., N. Maharani., R.D. Lestari. 2023. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumen terhadap Minat Beli Produk Susu. *AGRIOVET*. 6(1): 76-94.



- Wonok, D. A., dan S. Loindong. 2018. Pengaruh Minat Transaksional terhadap Minat Mereferensikan Produk. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 6(4): 3267-3276.
- Yanti, N.N.S.A. 2022. Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Olahan Susu “Komiku” Pada Merry Foodies Lombok Timur. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*. 1(2): 127-147.
- Zaffou, Madiha dan Benaissa Chidmi. 2011. The Effect Of Variety Offering On Demand And Supermarket Competition: Yogurt In The Houston Metropolitan Area. *Innovative Marketing*. 7(3): 8-18.