

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki-Press.
- Desa, G. W. (2020). *Berwirausaha Tahu Skala Rumah Tangga*. Cetakan ke-1. Serang: Pustaka Bina Putera.
- Fakhrudin, A., Reollyanti, M., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Budi Utama.
- Fanitawati, N. (2020). *Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe Metro*. Skripsi. IAIN Metro.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: Budi Utama.
- Ghassani, N., & Suyono. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kacang Edamame oleh Konsumen Rumah Tangga pada Pasar Swalayan*. Forum Agribisnis, 11, 181.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Cetakan ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, B. Y. (2022). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kripik Singkong Ridho-Susi Silo Jember*. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 3(April), 49–58.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, D. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Pembelian Tempe Giling Cap Melati Pak Man*. Skripsi: Universitas Semarang.
- Maslukhah, Y. L., & Putra, M. H. R. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inovasi Susu Kedelai*. Jurnal Ekuivalensi, 7(2), 235–249.
- Mursid, M. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rahayu, D., & Dkk. (2021). *Teknologi Pangan Lokal*. Semarang: Pustaka Rumah Cinta.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1. Samarinda: Mulawarman University Press.

- Rahmawati, F. (2013). *Teknologi Proses Pengolahan Tahu dan Pemanfaatan Limbahnya*. Tanjung Enim.
- Rosyidi, D. (2014). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1. Jember: Stain Jember Press.
- Saleh, Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cetakan ke-1. Makassar: Sah Media.
- Sari, C., Dasmadi, & Puji, L. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mengambil Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Industri Tahu Dadi Jaya di Boyolali Tahun 2020)*. Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, 8, 60.
- Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-3. Jakarta: Kencana.
- Silangningsih, & Utami. (2018). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan*. Sosial Humaniora, 9, 157.
- Sofjan, A. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-13. Jakarta: Rja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & R&D*. Cetakan ke-2. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Cetakan ke-5. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, L. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Pembelian Roti Kacang Hj. Ellya di Kota Tebing Tinggi*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.