

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Klaten. (2021). *Produksi Tanaman Jahe dan Kencur di Kabupaten Klaten dari Tahun 2020 – 2021*. Badan Pusat Statistik
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The Importance of Training Programs in the Improvement of the Performance of Employees In The Petroleum Companies - Case of Sonatrach Company - The Regional Directorate of berkou (Ouargla- Algeria). *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. ., Marsiti, C.I, R., Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efendi, R., & Rosenanda Sofiany, I. (2021). Pola Konsumsi Pangan Penduduk Usia Produktif Pada Masa Pandemi Covid-19 Dietary Patterns Among Productive Age Population During Covid-19 Pandemic In South Tangerang. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 17. <https://doi.org/10.19184/ikesma.v0i0.27203>
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2), 1–10.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2013). *Dasar - Dasar Ekonometrika, Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba
- Indraswati, M., & Saino. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Resto Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Rawon Setan di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Surabaya*, 2(3), 1–14. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/9104>
- Kartika, S.A. (2012). Eksistensi Jamu Cekok di Tengah Perubahan Sosial (Studi di Kampung Dipowinatan, Kelurahan Keparakan, Kecamatan Mergangsan, Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. <https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/muslimpreneur/article/view/238/152>
- Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Lind, A. Douglas, William G. Marchal & Samuel A. Wathen. (2014). *Teknik - Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi, Edisi 15, Buku 1*. Jakarta: Salemba
- Mangkunegara, A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pramudita. Rezki Aulia. (2019). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Bumbu Masak Instan Merek BBM (Bumbu Masak Machmudah). *Jurnal Ecopreneur*, 2(1), 17–200.
- Putri, S. M., Mahardayani, I. H., & Ahyani, L. N. (2022). Perilaku Konsumtif Produk Fashion Ditinjau dari Gaya Hidup Hedonis dan Kepribadian Ekstrovert pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 7(1), 120. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v7i1.7664>
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau. *Perempuan, Agama Dan Jender*, 14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/marwah.v14i2.2627>
- Ristin, L., & Suprpti, I. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Tradisional Madura. *Agriscience*, 1(1), 39–49. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.7785>
- Sasangka, A. L. (2010). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minuman energi. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen Edisi ke Tujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi*

Perusahaan) Edisi V. Yogyakarta: Liberty.

Suryaningsih, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 4p Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek “Cheers” Pada CV Darma Putra Wijaya Di Samarinda. *Skripsi, 1*(69), 1–148.

Susana, T., Firdaus, T. R., & Chandrayanti, T. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Indocafe Cappuccino di Kota Padang (Studi Kasus di Budiman Swalayan Cabang Sawahan Padang)*. *1*(1), 77–87.

Susanto, N. (2006). *Pengaruh Harga, Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Laptop Merk Hp Di Kota Semarang*.

Swasta, B., & Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ke III*. Yogyakarta: Andi.

Ulfa, Z. D., & Mikdar, U. Z. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perilaku Belajar, Sosial dan Kesehatan bagi Mahasiswa FKIP Universitas Palangka Raya. *JOSSAE : Journal of Sport Science and Education, 5*(2), 124. <https://doi.org/10.26740/jossae.v5n2.p124-138>