

DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, A., & Shina, A. F. I. (2018). *Ekonomika Terapan untuk Ekonomi dan Bisnis Islam Aplikasi dengan Eviews*. Semarang: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga.
- Christine, & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928>
- Dewi, L., & Nathania, S. (2018). Pengukuran Aspek Kepuasan Konsumen Le Fluffy Dessert. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(1), 61-72.
- Febriansyah, K., & Bastoro. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta., 021*, 28–29. <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5.BAB II.pdf>
- Japlani, A., Suryadi, & Nurokim, M. (2019). Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Analisis SEM. Manajemen, Akuntansi, Bisnis Dan Kewirausahaan. *Jurnal Dinamika*, 5(116), 1–19.
- Kaunang, W., Muzendi, A. M., & Sari, A. P. (2022). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) 7P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Di Usaha Kafe Wilchhof Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat). *Jurnal Sosio Agri Papua*, 11(2), 94–102.
- Kejora, B., Suherman, S., & Sari, R. M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Kopi (Suatu Kasus Di Kedai Kopi Harum Manis Karang Tengah Kota Tangerang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 11. <https://doi.org/10.33512/jat.v15i1.15436>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Maranatha, P. C. & Yudha, E. P. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Serbuk Kedelai Mandala 252. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10 (1), 682-692.

- Mayasari, I. S. & Jayanti, N. D. 2023. Terapi Komplementor Konsumsi Susu Kedelai (*Glycine max L. Meer*) Terhadap Kejadian *Hot Flush* Pada Wanita Perimenopause. *Jurnal Kebidanan Indonesia*, 14 (1), 25-35.
- Okaviantari, K. A. R., Ekawati, N. W., Yasa, N. N. K., & Suasana, I. G. A. K. G. (2023). *Persepsi Risiko & Pengetahuan Produk untuk Membangun Sikap Positif dan Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. Cilacap: Media Pustaka Indo.
- Pasaribu, V. L. D., Karyanto, B., Ahdiyat, M., Athalarik, F. M., Jefriyanto, Andni, R., Ganika, G., Nanda, Z., Putra, A. R., & Darussalam, A. Z. (2021). *Pemasaran Kotemporer*. Bandung: Penerbit Widina.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosita, R. D., Budiarto, & Kismantoroadji, T. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 21(1), 15–25.
http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS_PUSAT.pdf%0Ahttp://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/%0Ahttps://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results%0Ahttps://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Septian, D., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 43–53.
- Sudarto, A., & Rumita, R. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia KPC Surabaya Selatan). *Journal of Applied Business Administration*, 4, 1–11.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.
- Suherningtyas, I. A. (2019). Analisis Spasial Persebaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Geografi*, 11(1), 101–107. <https://doi.org/10.24114/jg.v11i1.12233>
- Sukmawan, V. P., Ningsih, S. W., & Sonya, E. R. 2021. Digitalisasi Lokasi UMKM Warga RW 05 Pasir Biru. *Preceedings UIN Sunan Gunung Djati*, 1 (19), 56-67. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi 2). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

- Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Sutrsino, N. A.-R. R. A., Widodo, J., & Zulianto, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rm Ayam Bakar Wong Solo Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 259. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8568>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- UMKM Minuman Sari Kedelai Bu Ade. (2023). *Laporan Penjualan Sari Kedelai Bu Ade*. Yogyakarta: UMKM Minuman Sari Kedelai Bu Ade
- Wijayati, F. I. T. (2017). *Marketing Plan dalam Bisnis* (Edisi 3). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11, 200–210.
- Zeky, A. (2018). *Motivasi Konsumen dalam mengkonsumsi Susu Kedelai “Bu Ade” di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.