

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul K, (2014). Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Ed. 1Cet. Ke-1. Jakarta: Kencana.
- Adriani M., & Bambang, (2012). Pedoman Analisis Konsumsi Mie.(diunduh November 2012). Tersedia pada:  
<http://pusat-pkbb.bkp.pertanian.go.id/>.
- Adriani M., Bambang W, (2012). Analisis Pengelolaan Mie Dengan Mesin Listrik dan Mesin Generator. Aceh.
- Alma, M. (2018). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Anggareni, (2018). Penggunaan Pewarna Alami Untuk Pangan. Manajemen pemasaran, Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Aprilia, E. I., Putri, A. B., & Sanusi, A., (2023). Pengaruh Harga, Kualita Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. Prosding Seminar Nasional Darmajaya, 249-267.
- Astawan, (2014). Membuat Mie dan Bihun. Jakarta : Penebar Swadayan. Jurnal Mutu Pangan.
- Asmaji Darmawi Maskur, (2021). Dampak Persaingan Dagang Terhadap Penjualan, Universitas Islam Kalimantan. Jurnal Universitas Islam, 55-57.
- Atun Yulianto, (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Terhadap Konsumen. Jurnal Khasanah Ilmu. Vol 6. No 2.
- Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
- Camilus, (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Semarang. Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang. Vol.11 No..
- Chintia, D. S., & Chandra, S., (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Indomie di Pekanbaru. Jurnal Ilmiah Manajemen. 11(1), 92-103.
- David, F. R. (2011). Strategic Management: Concepts and Cases (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Daniel, (2024). Jurnal Spesialis Penyakit Dalam di Rumah Sakit Siloam
- Dessler & Gary, (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Farmansyah, A., Riski. & Begawati, N., (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Penjualan Mie Kuning Anak Daro di Desa Sungai Tunu Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. Matua Jurnal. 3(4), 744-753.

- Fauzie, (2016). Analisis Konsepsi Pembelian. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Departemen Pertanian. Jakarta.
- Garrow & James, (2019). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hadi, S. N. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Hala, dan Diverifikasi Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen. 2(15), 131- 142
- Hadi, I. (202). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Produk Retail Pada Indomaret Plaju. Laporan Penelitian, Universitas PGRI Palembang.
- Harfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan.
- Harnanto, (2019). Pengaruh Keputusan Pendapatan UMKM. Jurnal Visioner & Strategis, 6(2), 111-126.
- Husnul Abdi, (2023). Jenis mie dan bahan dasar. Liputan 6.com. Jakarta. <https://www.liputan6.com/hot/read/5384479/10>.
- Kencana, (2019). Pengaruh Mie Instan Bagi Kesehatan Anak di Jalan Garuda Induk, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang. Laporan penelitian, Universitas Negeri Padang.
- Kotler & Keller, (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Lieyanto, D. M., & Pahar, B. H., (2021). Pengaruh Kualitas, harga, kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Bisnis Prespektif. 13(2), 88-101.
- Lupioadi, (2004). Manajemen Pemasaran, Salemba. Jakarta. *price theory*. 11(4), 50-88.
- Magfuri, (2020). Manajemen Produksi Operasi. Jakarta. Jurnal EMBA. Vol 1 No 3. Hal 599-605.
- Mahmud M, (2018). Informasi Nilai Gizi. Tabel Komposisi Pangan Indonesia. Jakarta. 3(3), 10-94.
- Masri, (2023). Pemasaran dan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM. *National Conference Of Islamic Natural Sciens*, 77-78.
- Merkel, (2014 ). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Promosi terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Online (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Nugraheni, (2012). Pewarna Alami Pada Makanan dan Potensi Fungsionalmya. 7(1), 90-97.
- Nurfandi, (2019). Pengaruh Modal dan Usaha Terhadap Pendapatan UMKM. Vol. 19 No.01(2019).
- Nurlela, (2018). Akutansi dan Biaya. Jakarta. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen. Vol 1 No 2. Hal 139-144.
- Prasasti, (2019). Pengaruh Kebiasaan Makan Keluarga Terhadap Status Gizi Anak di SDN Babak Saru-Kecamatan Dakun-Kabupaten Gresik (Studi Kasus). Jurnal Tata Boga, 8(1), 55-60 .
- PT. Siloam, (2024). Bahaya Mie Instan Bagi Kesehatan: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Kesehatan. Jakarta. 2(2), 150-153.

- Putri, I. S., Ainurrohmah, S., & Riono, B., (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Indomie Terhadap Keputusan Pembelian di Warmindo Jayaberkah. *CIDEA Journal*. 2(2), 139-159.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari DK, (2012). Gambaran Kebiasaan Mengonsumsi Mie Instan Pada Anak Usia 7-12 tahun Studi di Sekolah Dasar Kanisius Tlogosari Kulon Semarang, Laporan Penelitian. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ratnasari, (2012). Deskripsi Tentang Kebiasaan Konsumsi Mie Instan Terhadap Balita Berusia 7-12 bulan di Kota Jakarta. 23(2), 143-148.
- Rivai & Sagala, (2021). Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi aksara.
- Rustandi, (2015). Produksi Mie. Solo: Tiga serangkai
- Samyryn, (2015). Akutansi Manajemen Produksi. *Journal Of Management*, 20(1), 100-111.
- Sartika, F., Nadiya & Ruyanti, W. R., (2019). Strategi Pemasaran Mie Aceh Khas Aceh Pada Restoran Mie Aceh Razali. *Jurnal Manajemen Inovasi*. 10(1).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson
- Soemarso, (2014). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Peranan Pokok Dalam Menentukan Harga Jual. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Sherly, (2024). Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Beat di PT. Kencana Mulia Abadi. *Jurnal Ekonomi Universitas Padjajaran*. Vol.5 No.2.
- Stang, (2000). *Understanding Adolescent Eating Behaviors*. *Jurnal tentang gizi di Jakarta* 14(1), 17-22.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (1994). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill.
- Statistik BP, (2017). Nilai Gizi Pada Mie. *Statistik Pangan Indonesia tahun 2015-2017*. Biro Pusat Statistik. Jakarta.
- Sudaryono. (2020). Strategi Inovasi Pemasaran UMKM. Yogyakarta: Deepublish.
- Sochib, (2018). Analisis Terhadap Pendanaan Modal UMKM. *Journal Of Management*, 30(1), 200-212.
- Soedarsono, (2017). Manajemen Operasional. Edisi Ketiga. Jilid 2. Kencana Prenada Media Grup. Yogyakarta.
- Sulistyo, (2009). Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Sutrisno & Edy, (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prenada Group.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi.

- West, O. C., D, Herline, & Lisia, (2007). *Conception Of Quality, Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corparation, 1(3), 10-18.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2015). *Strategic Management and Business Policy* (14th ed.). Pearson Education.
- Wulansari N, (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merk Mie Sedaap di Kecamatan Jebres Surakarta. *Jurnal Ekonomi*. 17(1), 1-6.
- Yanti, (2022). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan pembelian Secara Online Bukalapak Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akutansi*.
- Yuwono & Waziroh, (2019). Teknologi Pengelolaan Tepung Terigu dan Olahan Industri. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*. 15(1), 12-17.
- Yuliantini, (2019). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk *Future Culture* di Singaraja. *Jurnal Manajemen*, Vol.5 No.2.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22