

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Buah Apel Pada Toko Buah Makmur. *Agribisnis*, 2(1), 44–76.
- Andilla, Y. (2018). Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Di Pasar Modern Bumi Serpong Damai (Bsd) Tangerang Selatan.
- Azizah. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayur di Ritel Modern Kota Malang. *Agribisnis Manajemen*, 2(1), 23–65.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762.
- Febrianto, N. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Madu PT Kembang Joyo Sriwijaya Di Kota Wisata Batu. *In Jurnal Ilmiah Peternakan* Vol. 3, 34 - 74.
- Hermawan, H. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 84–92
- Husny, Z. A. (2023). Pengaruh Variabel - Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Warunk Mandja Bekasi. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 3(1), 45 - 55
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Izmi, A. N., Winarno, S. T., & Wijayati, P. D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pisang Sunpride (Studi Kasus: Supermarket Superindo Tropodo). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(3), 3204.
- Jatmika Dwi R.T, & Hidayat S. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kinerja Petugas Lapangan Terhadap Keputusan Pembelian Benih Sayuran*. *Agribisnis*, 1, 1–5.
- Karin P. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Peternakan Ruminansia Cv. Amanah Saebur. *Agribisnis Manajemen*, 5(1), 498–507.
- Khairuna M. (2024). Strategi Pemasaran Sayuran Daun Di Kota Jambi. *Mitra Agribisnis*, 1(1), 1 - 38

- Latan. (2017). Pengaruh Marketing Mix (Produk,Harga,Tempat & Promosi) Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Qoni Latansa Ponorogo). *Jurnal Agribisnis*, 4(1), 24 – 54
- Lestari D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Susu Pasteurisasi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Cv. Bambang Family Dairy Kabupaten Cianjur. *Jurnal Agribisnis Manajemen*, 5(1), 66 – 80
- Lutfiana U. (2019). Strategi Pemasaran Bayam Merah Organik (Studi Kasus : Petani Organik Kota Batu (PORKAB)). *Jurnal Agribisnis*, 7(1), 43–54.
- Melati. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Penjualan Buah di Pasar Tradisional. *Jurnal Agribisnis Statistik*, 2(1), 45 – 88
- Muazayyin|, A., Muazayyin, A., Khilmatul Baidah, A., Syaifulloh, R., Akhmad, S. F., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Kiai, N., Achmad, H., & Jember, S. (2024). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Vicco Java Kopi dan Kakao Jember. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara*, 2, 24–30.
- Nurbiyanto, B., & Sustiyatik, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Hubungan Dengan Loyalitas Pelanggan Supermarket Xx. *Riset Agribisnis*, 2(1), 67–69
- Padmiari S.I. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Sayuran Di Toko Sayur Kelontong. *Agribisnis Ekonomi*, 1, 23–43.
- Pratiwi, B. M. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik. *Agribisnis*, 1(1), 46–54.
- Putra, R. D. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, Consument, Cost, Communication dan Convenience*) Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik PT Semai Agro Teknologi. I, 33–36.
- Rizal. (2023). Pengembangan Pemasaran Sayuran Hidroponik Pada Asosiasi Petani Hidroponik Kabupaten Bondowoso. *Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–14.
- Rohman. (2021). Pengembangan Pemasaran Sayuran Organik pada CV Reja Mayur Melalui Sosialisasi Green Marketing Development of Organic Vegetable Marketing at CV Reja Mayur Through Green Marketing Socialization. *Agribisnis*, 2(1), 38–44.
- Sangadji, S. S., & Pratiwi Ali, C. M. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sagu Rasa pada Gabungan Kelompok Tani Tagafura

- di Kelurahan Jaya Kota Tidore Kepulauan. *OPTIMAL : Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 142.
- Sari Mulia. (2023). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Modern Kota Jambi. *Agribisnis Manajemen*, (2), 96 - 101
- Sasmaya, I. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Kota Metro. *Agribisnis*, 2(1), 24 - 65
- Sediaoetama, A. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Sayuran Di Pasar Modern. *Ekonomi Agribisnis*, 3, 4–11.
- Sugiarti R. (2022). *Strategi Pemasaran Sayuran Daun Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Laba Di PT. Bimandiri Agro Sedaya Lembang Bandung Barat. Manajemen Agribisnis*, 1, 34 - 66
- Sugiyono. (2013). Pengaruh Tenaga Kerja Terhadap Tercapainya Kualitas Kerja Pada PT. Citra Karya. *Manajemen Agribisnis*, 5(1), 2 – 15
- Sulung, S., Soegoto, A. S., & Tampenawas, J. L. A. (2022). Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Modern Tobelo. *In Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 1).
- Syaputra N.A., Sudjoni M.N, & Susilowati, D. (2022). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Sayurku. Eat Di CV. Berlian Jaya. *Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, II, 23–25.
- Tampubolon S.A. (2023). Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern. *Jurnal Agribisnis*, 5(1), 43 – 66
- Taufikurrohman, M. (2023). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran 4p (Product, Price, Place, dan Promotion) dan Swot pada Usaha Hidroponik*. 8(8), 23–65.
- Triayuni, G. N. P. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Hijau di Ubud Organic Market, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar*. *Agribisnis*, 9(4), 45–64.
- Vanessa, G. (2019). Pengaruh Loyalitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Agribisnis*, 6(1), 55 - 112
- Zuraika, N., Sebayang, T., & Supriana, T. (2021). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Volume Pembelian Sayuran Hijau Di Pasar Modern Di Kota Medan*. *Agribisnis dan Pemasaran*, 5(1), 55 - 97