

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi (ed.)). ALFABETA.
- Adam, M., Kesuma, T. M., Siregar, M. R., Nabilah, & Saddaq, M. (2023). *Retensi Konsumen UMKM dengan Memanfaatkan Social Media Marketing* (M. Mauliza (ed.)). Syiah Kuala University Press.
- Adisaputro, G. (2019). *Manajemen Pemasaran*. UPP STIM YKPN.
- Afifah, T. S., & Andrianingsih, V. (2022). Pengaruh Direct Marketing, Personal Selling Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Singkong UD. “DUA SAUDARA” Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep. *Seminar Nasional Manajemen*, 1(1), 245–255.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA.
- Andrian, K. (2024). *Manfaat minum susu sebagai cara hidup sehat disaat pandemi covid-19*. Alodokter. <https://rsupsoeradji.id/manfaat-minum-susu-sebagai-cara-hidup-sehat-disaat-pandemi-covid-19/>
- Annur, C. M. (2023). *Merek Susu UHT yang Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir (Februari 2023)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/3f5655276edb832/frisian-flag-hingga-ultra-ini-merek-susu-uht-yang-banyak-dikonsumsi-masyarakat-indonesia>
- Assaukani, A. N., Pauzy, D. M., & Lestari, S. P. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PD. Gudmal Toko Bahan Sandal Kota Tasikmalaya). *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 137–149. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i4.544>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). *Ekonomi Indonesia Triwulan II-2024 Tumbuh 3,79 Persen (Q-to-Q), Ekonomi Indonesia Triwulan II-2024 Tumbuh 5,05 Persen (Y-on-Y), dan Ekonomi Indonesia Semester I-2024 Tumbuh 5,08 Persen (C-to-C)*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/08/05/2381/ekonomi-indonesia->

triwulan-ii-2024-tumbuh-3-79-persen--q-to-q---ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2024-tumbuh-5-05-persen--y-on-y---dan-ekonomi-indonesia-semester-i-2024-tumbuh-5-08-persen--c-to-c-.html

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2022). *Luas Wilayah Menurut Kabupaten/Kota, 2019-2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjEzIzI=/luas-wilayah-menurut-kabupaten-kota.html>

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah (Jiwa), 2022-2023*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzY2IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah.html>

Cannon, J. P., Perreault, W. D., & McCarthy, E. J. (2009). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat.

Cimory. (2023). *Laporan Tahunan*. Cimory. [https://cimory.com/uploads/investors/AR\\_CMRY\\_2023\\_FINAL.pdf](https://cimory.com/uploads/investors/AR_CMRY_2023_FINAL.pdf)

Cimory. (2024). *Cimory Diakui sebagai "Best of the Best" di Ajang Forbes Asia Under A Billion 2024*. Cimory. [https://cimory.com/news-detail.php?news\\_id=15](https://cimory.com/news-detail.php?news_id=15)

Dewi, L. K. C., & Utama, G. B. R. (2022). *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Penerbit Deepublish.

Dhofitri, C. R. P., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Variasi Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia di Surabaya. *SOSIALITA*, 2(2), 268–274.

Evasari, A. D., & Yani, A. (2021). Analisis Variasi Produk, Kemasan dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kripik "Nadasuka." *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 1–9.

Fadli, R. (2024). *Apa Manfaat Mengonsumsi Yoghurt untuk Kesehatan?* Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/apa-manfaat-mengonsumsi-yoghurt-untuk-kesehatan?srsItd=AfmBOooZdiFY1OKq7dqSkNGoVm4Hg-dRiLSDaP-Joef14xv5yezUPqCH>

- Firmansyah, A., Sari, N. R., Rusyadi, R., & Supriyadi, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Personal Selling, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Cosmetics di Bravo Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Kebijakan*, 4(2), 33–39.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*. Andi.
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(3), 92–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.271>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran* (A. Maulana (ed.)). Penerbit Erlangga.
- Inayatuzzahra, S., Aulia, R. C., Pattiasina, K. A., Tamara, P. S., Fadila, N. N., & Wiharsono, G. (2024). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen*, 03(1), 51–59.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Isnaeni, N., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Variasi Produk, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Bubur Bayi Organik Nayz di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(5), 598–608.
- Izzah, C. N. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Variasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Cisarua Mountain Dairy (Cimory) Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Salatiga : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

- Kalsum, U., & Usuli, S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Minuman Boba Brown Sugar Gar \_ Fresh. *Jurnal EKOMEN*, 21(1), 58–68.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Lutfia, S., Kasno, & Lukiana, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup , Brand Image , dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus Pada Aicy Club , KS Club , dan Dena's Club). *Journal of Organization and Business Management*, 4(1), 105–110.
- Meirani, L. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Burger Bangor Sepatan. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin*, 4, 432–440.
- Mursalin, A., & Octaviani, D. (2021). *Manajemen Pemasaran I*. Penerbit Deepublish.
- Purba, R. (2006). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. *The Asian Manager* (February-March). *The Asian Manager*, 9(1), 28-32.
- Putri, J. A., Rahayu, E., & Hardiani, W. A. A. (2022). Pengaruh Packaging, Promosi Melalui Media Sosial dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Niten Jamu Semarang). *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 1–14.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>

- Rahayu, V. O. (2022). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Es Teh Indonesia Cabang Tulungagung. *Jurnal Kontemporer Akuntansi*, 2(2), 120–128.
- Rahmawati, A. R. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 9(1), 17–28.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., Zukar, M., & Adella, N. T. (2023). *Perilaku Konsumen* (A. Sofatunisa (ed.)). CV. Mega Press Nusantara.
- Sayidah, A. N., Hartono, & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Product Variety, Perceived Service Quality, Vanity Seeking, dan Customer Value Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Pada Produk Skincare (Studi Pada JM Beauty Mojokerto). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3093–3106.  
<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i11.2900>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoristik dan Praktik* (Monalisa (ed.)). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Tarigan, J., Halawa, K. L., Gulo, S., R.Harta, C., & Laia, Y. A. (2021). The Effect Of Personal Selling On Product Purchase Decisions in Sibolang Durian Businesses. *Jurnal Global Manajemen*, 10(1), 90–109.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Penerbit ANDI.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>

- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. ALFABETA.
- Wulansari, A. M., Agung, M., & Roni, M. (2024). Analisis Social Media Marketing, Integrated Marketing Communication (Imc), dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Chatime di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(4), 219–234.
- Yasin, R. A. (2020). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha MA Bruschetta. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5), 361–368.
- Yunita, T. R. (2024). *Susu Murni vs Susu UHT, Mana Lebih Baik untuk Anak?* Klikdokter. [https://www.klikdokter.com/ibu-anak/kesehatan-anak/susu-murni-vs-susu-uht-mana-lebih-baik-untuk-anak?srsltid=AfmBOorCP3V8S8Qkk15nBZ6PqikVjifOY5cd85eR4cD5o-u8ANH6B\\_F\\_](https://www.klikdokter.com/ibu-anak/kesehatan-anak/susu-murni-vs-susu-uht-mana-lebih-baik-untuk-anak?srsltid=AfmBOorCP3V8S8Qkk15nBZ6PqikVjifOY5cd85eR4cD5o-u8ANH6B_F_)
- Yurika, N. M. M., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mori-Mori. *Jurnal EMAS*, 4(3), 1075–1088.

