

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, & Ilyas, M. (2005). Mutu Susu Karamel Asal Susu Pecah Selama Penyimpanan. *Seminar Nasional Teknologi Peternakan Dan Veteriner*.
- Apriliani, R. A. E. (2019). Pengaruh Brand Trust, Brand Equity dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Teh Botol Sosro di Wonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(2), 112–121. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i2.687>
- Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. B. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 833–840. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2648>
- Evan, H., & Christian, S. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Buono Pulp Di Surabaya. *Performa*, 4(3), 446–456. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i3.1658>
- Febriyanti, A. (2022). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan User Interface Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online*. Universitas Binaniaga Indonesia.
- Ghani, D. Al, Hilmiyah, N., & Widyastuti, B. R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Muscle First. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(2), 119–134. <https://doi.org/10.35814/jimp.v1i2.2753>
- Goston, J. L., Correia, T. D., & Isabel, M. (2010). Intake of nutritional supplements among people exercising in gyms and influencing factors. *Nutrition*, 26(6), 604–611. <https://doi.org/10.1016/j.nut.2009.06.021>
- Handayani, S., Addinullah, I., Asnaini, A., & Afrianty, N. (2021). Efektivitas Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Rabbani Kota Bengkulu. *Ekobis Syariah*, 5(2). <https://doi.org/10.22373/ekobis.v5i2.11551>
- Haryono, M. (2011). *Kandungan Nutrisi Nasi Putih dilihat Dari Proses Pengolahannya*. Institut Pertanian Bogor.
- Irianto, K. (2007). *Panduan Gizi Lengkap: Keluarga dan Olahragawan*. CV Andi Offset.
- Izzaty, W., & Imsar. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Halal Network International (Studi Kasus Masyarakat Desa Harapan Makmur Selatan). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 8(1), 32–49.
- Junen, S. (2005). *Hubungan Antara Status Gizi dengan Tingkat Kebugaran Jasmani Siswa Sekolah Dasar Inti Di Kabupaten Bengkulu Selatan*. UNY.

- Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym Analysis of the Influence of Marketing Mix (4P) on Purchasing Decisions in Hardcore Gym. *Jurnal EMBA*, 11(4), 1426–1256.
- Kasmir. (2011). *Etika customer service RajaGrafindo Persada*. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA*, 9(2), 110–121.
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analysis Of Effect Of Promotion Strategy, Brand Image and Perceotion on Decision of Usage Customer Given Given Customers at Pegadaian (Persero) Kanwil Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Morissan, A. M. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*.
- Parlin, T. (2008). *Protein dan Prestasi Olahragawan*. Gizi.Net. <http://www.gizi.net>
- Prata, A. W., Hafidzi, A. H., & Puspitadew, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Kopi Estona. *Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 217–230.
- Pratiwi, A., Wahyudi, H., Efendi, M. J., & Cahyani, D. (2023). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Toko Jasmine Grosir Pakaian Jadi, Kota Mojokerto. *Economics And Business Management Journal*, 2(1), 25–34.
- Puriana, H., Ramadhany, & Suryansah, S. (2023). Pentingnya kesadaran masyarakat dalam berolahraga senam terhadap peningkatan kebugaran jasmani. *Indonesian Journal of Sport Science and Technology (IJST)*, 1(1), 56–62. <https://doi.org/10.31316/ijst.v1i1.4692>
- Rahmadani, R., & Ananda, F. (2018). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan

- Pembelian Di Online Shop Tokopedia. *Jurnal Ilmu Ekonomi KBP*, 5(4).
- Sari, I. D., Rohmawati, N., & Wahyuningtyias. (2016). Hubungan antara Tingkat Konsumsi Makanan, Suplemen dan Status Gizi dengan Tingkat Kesegaran Jasmani. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*.
- Subianto, T. (2017). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Suryana, R. M. K., Darsawati, E., & Nugroho, G. W. (2020). Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2013. *Jurnal OPTIMA*, 5(3), 248–253.
- Susilo, D., & Haniifah, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Di Tulungagung). *Jurnal Menara Ekonomi*, 9(2), 109–121. <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4212>
- Suyanto, A. M. A., & Dewi, D. G. (2023). Marketing Mix on Purchase Intention and its Impact on the Decision to Purchase Somethinc Products. *International Journal of Professional Business Review*, 8(10). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i10.3779>
- Syarifuddin, A. D. I., Basalamah, S., Sinring, B., & Mas'ud, M. (2021). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Intention and Decisions on Frozen Food in Makassar, Indonesia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(4), 32–40.
- Tatik, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Prenada Media Group.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Waluyo. (2009). *Akuntansi Pajak*. Salemba Empat.
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Intelektiva*, 3(4), 86–95.
- Wardhana, I. K. Y. (2023). Analysis of Marketing Mix Strategies with 4P Method Classification (Product, Price, Place, & Promotion) on the Marketing Growth of Marine Paint Products at PT. NIPSEA Panit& Chemicals–Surabaya Period 2020-2022. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(4).
- Wickrama, A. (2022). Analysis of the Impact of Marketing Mix (4ps) on Sales Volume of Servvo's Products in Jakarta. *Journal of Social Research*, 2(1), 456–475. <https://doi.org/10.55324/josr.v2i1.621>
- Yusni, Y., & Amiruddin, A. (2020). Efek suplementasi kalsium terhadap kebugaran dan

profil kesehatan pada atlet Tarung Derajat. *Jurnal Keolahragaan*, 8(1), 42–51.
<https://doi.org/10.21831/jk.v8i1.30244>