

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, K., Maskar, D. H., & Prasetyo, I. N. (2023). Tempe sebagai warisan budaya Indonesia: Persepsi antar generasi terhadap nilai kultural, ekonomi, dan nutrisi tempe (Tempeh as a Cultural Heritage in Indonesia: Intergenerational Perception). *Jurnal Gizi Pangan*, 18 (Supp. 1), 75–77. Retrieved from [journal link] (Desember 2023)
- Ardiansyah Romi, Martina, Emmia Tambarta Kembaren, Rahmi Yuristia. 2022. Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Di Kelurahan Sadabuan Kecamatan Padang sidimpuan Utara Kota Padang Sidimpuan (Studi Kasus : Agroindustri Tahu Bapak Hakim)
- Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2017. Kajian kriteria sector perdagangan dan industry pengolahan
- Badan Pusat Statistik. 2022, :Konsumsi dan Impor Kedelai Indonesia Tahun 2017-2021
- BPS, Kabupaten Langkat, 2024. Banyaknya Industri Dirinci Menurut Jenisnya dan Desa/ Kelurahan di Kecamatan Padang Tualang, 2023
- BPS, Sumatera Utara, 2023). perkembangan produksi dan luas panen kedelai tahun 2019-2022 di Sumatera Utara
- Costa, p. T., & mccrae, r. R. (1992). Revised neo personality inventory (neo-pi-r) and neo five-factor inventory (neo-ffi) professional manual. Odessa, fl: psychological assessment resources
- Dicky, R. 2017. pengaruh kelas social, gaya hidup, dan kepribadian terhadap keputusan memilih institusi perguruan tinggi negeri (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Gajanova, L., Nadanyiova, M., & Moravcikova, D. 2019. Penggunaan segmentasi demografis dan psikografis dalam menciptakan strategi pemasaran loyalitas merek (The use of demographic and psychographic segmentation to creating marketing strategy of brand loyalty). *Jurnal Kompetitif (Journal of Competitiveness)*, 11(1): 39–55. <https://doi.org/10.7441/joc.2019.01.03>
- Karim, M. 2019. Segmentasi Pasar Konsumen Keripik Pisang Hijrah, 1–120.
- Karimatus, S. 2011. Analisis Faktor – faktor Pendukung Segmentasi Pasar Produk Indosat Di Kota Jember. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2012. “Prinsip – prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 13. Jilid 1”. (Jakarta Erlangga).
- Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. 2009 “Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 2”. (Jakarta: Penerbit Erlangga),
- Kotler, Philip. Lane Keller, Kevin. 2016. Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., dan Huberman, A. M. 2009. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press.
- Nadja, R. A., & Halimah, A. S. 2021. Universitas Muhammadiyah Parepare Sulawesi Selatan. Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA), 5(2), 334–342.
- Ning, S. (2017). Segmentasi pasar pembeli tahu Sumedang: Studi kasus pada perusahaan Tahu Bungkok Kabupaten Sumedang. Jurnal Ilmu Pertanian dan Agribisnis, 5(1), 12–25.
- Nurjanah, R. 2020. Manfaat Tempe Bagi Kesehatan. Jurnal Gizi Indonesia, 12(3), 45-53.
- Pribadi, R. T., Aji, A. A., & Alfiyah, N. 2023. Strategi Branding Produk Keripik Tempe Dengan Fortifikasi Ekstrak Daun Kelor Di Home Industri Ud Hasil Alam. Jurnal Javanica, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.57203/javanica.v2i1.2023.44-50>
- Putra, R., & Rahayu, D. (2020). Analisis perilaku konsumen terhadap tingkat pembelian produk olahan pangan. Jurnal Manajemen Pemasaran, 8(2), 115–124.
- Qolbi, A., Musyarip, R., & Isyanto, A. Y. (n.d.). Strategi Pemasaran Tempe (Studi Kasus Pada Agroindustri Tempe Ujang Dede Di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya) Marketing Strategies Of Tempe (A Case Study On Tempe Agro-Industry Ujang Dede In Pakemitan Village , Ciawi District , Tasi. 77–86.
- Rahmawaty, A., & Nadja, R. (2021). Segmentasi Pasar Produk Keripik Pisang Industri Rumah Tangga Zelika. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 5(4), 1159–1172. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.04.28>
- Rahmawati, D., & Lestari, I. 2021. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Niat Memberi Rekomendasi Produk Makanan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan, 5(2), 102–109.
- Rente, A. 2016. Pengantar Agroindustri. Bandung : CV Mujahid Press, Cetakan 1(23), 301–316.
- Sarwono, B. 2007. Membuat Tempe dan Oncom. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Srimenganti, N. 2017. Segmentasi Pasar Pembeli Tahu Sumedang (Studi kasus pada perusahaan tahu bungkeng kabupaten sumedang) *Mimbar Agribisnis : Jurnal pemikiran Masyarakat Imiah Berwawasan Agribisnis*, 1(2), (<https://doi.org/10.25157/ma.v1i2.57>).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, 2011, “perilaku konsumen : teori dan penerapannya dalam pemasaran”, bogor: ghalia Indonesia
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*.
- Wahyudi, T. (2013). Perbedaan perilaku pembelian antara konsumen pria dan wanita. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 110–118.