

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, F. (2015). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen ( Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda )*. *Issn*, 3(1), 244–258.
- Deni, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Farida Indriani. (2006). *Studi Mengenai Orientasi Inovasi dan Pengembangan*. *Jurnal Sruji Manajemen & Organisasi*, 3, 82–92. Retrieved from <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo>
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Fakultas Ekonomi Undip.
- Gozhali, I. (2011). *Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Univversitas Diponegoro.
- Indonesia Invesment. (2013). *Agriculture Sector Review Indonesia*. Retrieved from <https://www.indonesia-investments.com/culture/economy/general-economic-outline/agriculture/item378>
- Kompas.com. (2018). *Ini Kontribusi Positif Sektor Pertanian*. Retrieved from <https://biz.kompas.com/read/2018/03/22/185400028/ini-kontribusi-positif-sektor-pertanian>.
- Kotler, philip. (2016). *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia Jilid 2*. Jakarta: Bhineka Populer.
- Kusmantini, T., & Utami, Y. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Kontekstual Proses Pengembangan Produk dan Dampaknya pada Kualitas Produk Baru*. *Karisma*, 5(2), 116–128.
- Mochammad, N. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarata.
- Mosher. (1996). *Pengertian Pertanian*. Retrieved from [http://www.tokomesin.com/Pengertian\\_Pertanian.html](http://www.tokomesin.com/Pengertian_Pertanian.html)
- Nickels G, W. (2009). *Pengantar Bisnis I* (8th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

- Pasaribu, A., & Syahputri, K. (2013). *Pendekatan Structural Equation Modeling Untuk Menganalisis Kepuasan Pelanggan Di Pt Telkomsel*, 3(3), 52–58.
- Santoso, S. (2007). *Structural Equation Modelling Konsep dan Aplikasi dengan AMOS*. Bandung: ALfabeta.
- Sarwono, J. (2010). *Pengertian Dasar Structural Equation Modelling*, 10, 173–182.
- Sasongko, E. N., & Rusgiyono, A. (2016). *Penerapan Metode Structural Equation Modelling Untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terhadap Kualitas Website (Studi Kasus pada Website sia.undip.ac.id)*. *Jurnal Gaussian*, 5, 395–404.
- Selang, C. A. . (2013). *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. *Emba*, 1(3), 71–80. Retrieved from <https://www.noorlib.ir/View/fa/Book/BookView/Image/8089>
- Sumantri. (1980). *Pengantar Agronomi*. Jakarta: PT Gramedia.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, edisi kedua* (kedua). Jakarta: Penerbit Andy.
- Waluyo, M. (2009). *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling*. Jakarta: PT Indeks.
- Widhiarso, W., & Psikologi, F. (2009). *Praktek Model Persamaan Struktural (SEM) Melalui Program Amos. Wahyu Widhiarso | Pelatihan Analisis SEM Melalui AMOS Fakultas Psikologi UGM*, 1–11.
- Widodo, D. I. (2003). *Perancangan dan Pengembangan Produk: Produk, Planning, & Desain*. Yogyakarta: UII Press Indonesia.