

## DAFTAR PUSTAKA

- Cahyaningtyas, D. A., Yuliana, I., Flora, R., Sari, D. M., & Febry, F. (2022). *Pemanfaatan Tepung Tulang Ikan Gabus (Channa striata) dalam Pembuatan Sempol Daging Ikan Gabus Sebagai Sumber Kalsium*. Media Gizi Mikro Indonesia, 13(2), 139-148.
- Pramudiana, N. A. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Mie Sakera Jember*. Electronical Journal Of Social And Political Sciences (E-SOSPOL), 9(3), 274-283.
- Salari, N. dkk. (2021). *The Global Prevalence of Osteoporosis in the World: A Comprehensive Systematic review and Meta-analysis*. Journal of Orthopaedic Surgery and Research.
- Prihartini, S. dkk. (2010). *Faktor Determinan Risiko Osteoporosis di Tiga Provinsi di Indonesia*. Media Litbang Kesehatan Volume XX Nomor 2.
- Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. (2004). *Angka Kecukupan Gizi dan Acuan Label Gizi*. Widya Karya Nasional Pangan dan Gizi (WG) Vm. Prosiding.
- Gibson, R. S. (2005). *Principles of Nutritional Assessment*. Second Edition. Oxford University Press Inc, New York.
- Rahmawati, H., & Rustanti, N. (2013). *Pengaruh Substitusi Tepung Tempe Dan Tepung Ikan Teri Nasi (Stolephorus Sp.) Terhadap Kandungan Protein, Kalsium, dan Organoleptik Cookies*. Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro.
- Widyaningrum, P. W. (2017). *Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo)*. JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 6(2), 83-98.
- Fitriany, J., & Saputri, A. I. (2018). *Anemia Defisiensi Besi*. AVERROUS: Jurnal Kedokteran dan Kesehatan Malikussaleh, 4(2), 1-14.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). *Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab*. JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis, 1(2), 41-54.
- Kuspriyono, T. (2017). *Pengaruh Promosi Online Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar*. Jurnal Perspektif, 15(2), 147-154.
- Purnama, I. (2020). *Pengaruh Promosi Online Dan Endorsmen Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen*. Youth & Islamic Economic Journal, 1(02), 14-20.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terj. Bob Sabran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: alfabeta.
- Fikawati, S., Syafiq, A., & Puspasari, P. (2005). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Asupan Kalsium Pada Remaja di Kota Bandung*. *Universa Medicina*, 24(1), 24-34.
- Puspitasari, A., & Hartanto, B. W. (2018). *Alternatif Produk Pangan Anak Jenis Sempol Berzat Besi Sebagai Tambahan Sumber Zat Besi Anak*. *Jurnal Rekayasa Lingkungan*, 18(2).
- Pemerintah Indonesia. *Permenkes Nomor 25 Tahun 2014 tentang Upaya Kesehatan Anak*. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. *Permenkes Nomor 28 Tahun 2019 tentang Angka Kecukupan Gizi yang Dianjurkan untuk Masyarakat Indonesia*. Sekretariat Negara: Jakarta.
- Isnaini, A. P., Setyobakti, M. H., & Hidayat, Z. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie*. *Semeru. Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(3), 157-166.
- Kurniawan, A., Hak, M. B. U., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., & Wafik, A. Z. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman Di NTB Mall*. *MUSLIMPRENEUR: Jurnal Ekonomi Dan Kajian Keislaman*, 3(1), 66-82.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizqi, L. A. M., & Prasetya, D. F. (2022). *Urgensi Penggunaan Smart Contract dalam Transaksi Jual Beli di E-Commerce*. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 3(4), 327-338.
- Aripin, Z. (2021). *E-Business strategi, model, dan penerapannya*. Deepublish.
- Supriyono, R. A. (2001). *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen, Edisi Pertama*. BPFE dan STIE-YKPN, Yogyakarta.
- Anggraini, A., & Ihsan, F. (2023). *Analisa Kelayakan Finansial Pengembangan Produk Selai Kolang Kaling (Arenga pinnata) dengan Penambahan Buah Senduduk (Melastoma malabathricum, L.)*. *JURAGAN-Jurnal Agroteknologi*, 1(1), 17-22.
- Sutrayani. (2019). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar)*. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 1(4), 565 – 573.

- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linier Sederhana*. Regresi Linier Sederhana 13 (2016): 2022.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2022). *Peraturan BPOM Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pengawasan Klaim pada Label dan Iklan Pangan Olahan*. Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2021). *Peraturan BPOM Nomor 26 Tahun 2021 tentang Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Olahan*. Jakarta.
- Menteri Kesehatan. (2019). *Permenkes Nomor 28 Tahun 2019 tentang Angka Kecukupan Gizi yang Dianjurkan untuk Masyarakat Indonesia*. Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2016). *Peraturan BPOM Nomor 9 Tahun 2016 tentang Acuan Label Gizi*. Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2018). *Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan*. Jakarta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2019). *Peraturan BPOM Nomor 20 Tahun 2019 tentang Kemasan Pangan*. Jakarta.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). *Laporan Kinerja Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Jakarta.
- Irawan, B. S. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Kusnawan, A. (2018). *Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi terhadap Ekuitas Merk Universitas Buddhi Dharma di Kalangan Mahasiswa (Survei pada Mahasiswa Program Studi Manajemen)*. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 1-17.
- Scheff, J., & Kotler, P. (1996). *Crisis In The Arts: The Marketing Response*. *California management review*, 39(1), 28.
- Isnaini, A. (2023). *Analisa Pemanfaatan Social Media Tiktok Dalam Penjualan Produk Oriflame*. Doctoral dissertation, Universitas Nasional.
- Zahra, F. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Azarine melalui E-Commerce*. Universitas Gadjah Mada.
- Garland, R. (1991). *The Mid-Point on a Rating Scale: Is It Desirable*. *Marketing bulletin*, 2(1), 66-70.

- Kustijono, R., Sunarti, T., & Budiningarti, H. (2018). *Penggunaan Facebook sebagai Media Inovatif dalam Pembelajaran SMP dan SMA di Perguruan Muhammadiyah Wiyung Surabaya*. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 68-75.
- Pamungkasih, P. (2023). *Penerapan Uji Korelasi Rank Spearman untuk Mengetahui Hubungan Pengeluaran Rumah Tangga Untuk Makanan dan Tingkat Kemiskinan di Nusa Tenggara Timur Selama Pandemi Covid-19*. *Jurnal Statistika Terapan (ISSN 2807-6214)*, 3(02), 1-12.
- Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(001).
- Rohaeni, H. (2016). *Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan*. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 223-231.
- Desrida, D., Afriwardi, A., & Kadri, H. (2018). *Hubungan Tingkat Aktivitas Fisik, Jumlah Asupan Vitamin D, dan Kalsium terhadap Tingkat Densitas Tulang Remaja Putri di SMA Negeri Kecamatan Tilatang Kamang Kabupaten Agam*. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 6(3), 572-580.
- Jahari, A. B., & Prihatini, S. (2007). *Risiko Osteoporosis di Indonesia*. *Gizi Indonesia*, 30(1).
- UNICEF. (1998). *The State of the World's Children*. Oxford University Press for UNICEF.
- Tandra, H. (2009). *Segala Sesuatu yang Harus Anda Ketahui Tentang Osteoporosis: Mengenal, Mengatasi, dan Mencegah Tulang Keropos*. PT Gramedia Pustaka Utama.