

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian I, Batubara SA. Implementasi bauran pemasaran sebagai strategi pengembangan usaha Dali Ni Horbo di Kabupaten Toba. *Bubungan Tinggi J Pengabd Masy*. 2023;5(3):1217-24.
- Anggraeny V. Analisis pengaruh citra merek, distribusi, rasa terhadap keputusan pembelian, dan pengaruhnya pada customer loyalty konsumen Ultrajaya. *J Ekon*. 2019;21(2).
- Baety EN. Analisis efektivitas saluran distribusi fruit tea di wilayah Bogor [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor; 2007.
- Cantele S, Signori P. The “milky ways”: Emerging sustainable business models for sustainable value creation in the dairy. *Br Food J*. 2023;125(1).
- Chen, Chun-Miin (Jimmy). 2018. “A Review and Analysis of Service Level Agreements and Chargebacks in the Retail Industry.” *The International Journal of Logistics Management* 29(4):1325–45. doi:10.1108/IJLM-09-2016-0205.
- Chesesio B, Makokha EN. Influence of distribution channels on supply chain performance: A case study of the New Kenya Cooperative Creameries Eldoret. *Eur J Bus Manag*. 2016;8(30):112-8.
- Dewi Kurniawati AG. Analisis strategi pengembangan usaha koperasi produksi susu Bogor, Jawa Barat. *J Maksipreneur*. 2023;8(1):15-31.
- Fadli, La Ode, Intan Ratnasari, Miswanto Miswanto, Frasto Biyanto, and Baldrice Siregar. 2025. “Pengaruh Ekspansi Jaringan Distribusi, Strategi Promosi, Dan Ketersediaan Stok Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) Unilever Di Indonesia.” *VISA: Journal of Vision and Ideas* 5(2). doi:10.47467/visa.v5i2.9039.
- Fatihah DC, Ali F. Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan susu Zee di PT Catur Sentosa Anugerah. *ATRABIS J Adm Bisnis*. 2019;5(2):89-104.
- Felik, Y., & Manggu, B. (2024). *PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN: PENDEKATAN STRATEGI*.
- Hair J, Anderson RE, Tatham RL. Multivariate data analysis with readings. New York: Maxwell Macmillan; 1987.

- Harsono B. Pengaruh diferensiasi produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen susu merek Anlene di Jakarta. *J Ilm Univ Prof Dr Moestopo*. 2018;7(1).
- Hartono, Hartono, Jeli Susanti, and Jeli Susanti. 2023. "Inventory Analysis of Goods Increasing Sales: A Case in a Distributor Company." *Majalah Ilmiah Bijak* 20(2):357–67. doi:10.31334/bijak.v20i2.3482.
- Indriani W, Hariyanti T, Putu NLP. Analisis saluran distribusi (distribution channel) poliklinik rehabilitasi medik pada fase awal operasional di Rumah Sakit X. *J Parsimonia*. 2018;4(3):258-68.
- Isnaini A. Model dan strategi pemasaran. Mataram: NTP Press; 2005.
- Jainuddin, J., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BE MART Cabang Bima. *Pamator Journal*, 13(1), 13–17. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6917>
- Kamanda SV. Strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan (studi pada konsumen susu Bear Brand). *J Al-Amal*. 2024;2(2):131-8.
- Kementerian Pertanian RI. Outlook susu. Jakarta: Pusdatin Kementerian Pertanian; 2022.
- Khatimah. Pengaruh kualitas produk, brand image, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk susu Bear Brand [Skripsi]. Banyumas: Universitas Jenderal Soedirman; 2022.
- Kotler P, Keller KL. Marketing management. 15th ed. Upper Saddle River: Pearson; 2022.
- Kotler P. Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol. Edisi revisi. Jakarta: PT Prenhallindo; 2000.
- Kumar CM, Agalya G. Effectiveness of distribution channel in a co-operative dairy plant: A marketing perspective. *Shanlax Int J Manag*. 2021;8(4):47-53.
- Manihuruk, B. K. (2023). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT SHOPEE INDONESIA. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 11–23. <https://doi.org/10.51622/jbm.v1i1.614>
- Matali VJ, Wungouw HI, Sapulete I. Pengaruh asupan susu terhadap tinggi badan dan berat badan anak sekolah dasar. *eBiomedik*. 2017;5(2).
- McCarthy EJ, Perreault WD. Basic marketing. Tokyo: Toppan; 1993.

- Pandey B, Maurya MK, Sunil KP. A study on consumer preference and market share of Amul and Parag (*milk and milk products*) in Sitapur district of Uttar Pradesh. *Multilogic Sci.* 2023;13(47).
- Pratiwi, A., Kamila, N., & Haifa, W. (2023). KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PRODUK CAKE AND COOKIES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KOMUNITAS UMKM. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 72–84. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2479>
- Pelton LE, Strutton D, Lumpkin JR. Marketing channels: A relationship management approach. 2nd ed. New York: McGraw-Hill; 2002.
- Putri AP, Sukardi A. Analisis pengaruh distribusi dan harga terhadap peningkatan penjualan produk. *J Menawan.* 2023;1(6):42-50. doi:10.61132/menawan.v1i6.62.
- Ramdani, M. R., Nurendah, Y., & Sulistiono, S. (2024). Implementasi Saluran Distribusi Pada PT Surya Donasin. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 4(1), 193–204. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v4i1.2110>
- Rangkuti F. Riset pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2003.
- Sami B, Choudary I. Choice between traditional and modern milk supply channels by farmers in Punjab, Pakistan: A logit regression approach. *Sci Pap Ser Manag Econ Eng Agric Rural Dev.* 2023;23(3).
- Santoso D, Najib M. Brand equity susu cair UHT dan pengaruhnya pada purchase intention. *J Manaj Agribisnis.* 2015;12(1):46-56.
- Setianti C, Ekowati T, Setiad A. Market integration of fresh milk in dairy business area of Pamijahan District and Cisarua District, Bogor Regency - Indonesia. *J Indones Trop Anim Agric.* 2017;42(1):42-7. doi:10.14710/jitaa.42.1.42-47.
- Siregar S. Statistika deskriptif untuk penelitian. Jakarta: Rajawali Pers; 2011.
- Stern LW, El-Ansary AI, Coughlan AT. Marketing channels. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall; 1996.
- Supranto J. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta: Rineka Cipta; 2001.
- Swastha B. Saluran pemasaran. Yogyakarta: BPFE-UGM; 1999.
- Syahputro A, Inansyah AD, Stevany RR, Arianti BW. Mengoptimalkan persediaan produk susu dan mencapai ketepatan alokasi ke setiap permintaan konsumen di Koperasi Peternakan Sapi Bandung Utara (KPSBU). *J Scientice.* 2024;3(1):725-36.

- Tim Penyusun KBBI. Kamus besar bahasa Indonesia. Edisi ke-3. Jakarta: Balai Pustaka; 2024.
- Tjiptono F. Strategi pemasaran. Yogyakarta: Penerbit ANDI; 2002.
- Top Brand Index. Kategori susu cair siap minum. 2024. Available from: www.topbrand-award.com
- Umar H. Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2001.
- Wardhana A. Konsep bauran pemasaran 4P dan 7P. Bandung: Media Sains Indonesia; 2021.
- Wiedjanarko S, Fauzi AM, Rusli MS. Strategi distribusi produk teh siap saji. *J Manaj Agribisnis*. 2015;12(1):68-77.
- Wigati, Alvina, and Febsri Susanti. 2024. "STUDI PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FMCG (FAST MOVING CONSUMER GOODS) DI RANTAU KALIMANTAN SELATAN." <https://www.ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jaem/article/view/3320/2992>.
- Yuswardi, Fahlezi R, Angelina, Theophilia J, Andrianus L, Kartono R. Analisis strategi Nestle dalam melaksanakan bisnis di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *J Ilmiah Manaj Bisnis*. 2024;6(3):1063-71.