

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. 211, 179–211.
- Anam, M., & Astuti, P. B. (2022). *Pengaruh citra merek, desain produk, dan celebrity endorsement terhadap niat beli ulang*. 12(September), 118–130.
- Fatikhovna, N. K. (2024). Interdisciplinary Analysis of Consumer Behavior Theories and Decision-Making Factors. *International Journal of Artificial Intelligence for Digital Marketing*, 1(6), 6–16.
<https://doi.org/10.61796/ijaifd.v1i6.283>
- Hermawati, L., Nur, M., Abdullah, A., & Rizaldi, M. R. (2025). 1, 2, 3. 11, 155–160.
- Herry, G., & Widjaja, W. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Pada Brand Scarlett Whitening)*. 2(3).
- Husin, M. H., Situmorang, L., Batu, L. L., Emteta, T., Bangun, K., & Salsabila, T. (2025). *Program Makan Bergizi Gratis (Mbg) Dan Dampaknya*. 9(4), 80–83.
- Khatimah, A. W. N., Syamsu A Kamaruddin, & A. Octamaya Tenri Awaru. (2025). Rasionalisme Dalam Kebijakan Publik: Analisis Dampak Program Makan Bergizi Gratis Terhadap Kesejahteraan Pelajar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1969–1976.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.815>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*.
- Maulidya, A., Kusuma, Y. T., Sriwijaya, U., Lampung, U., & Pesawaran, S. D. (2026). *Dampak Implementasi Kebijakan Makan Bergizi Gratis Terhadap Ekonomi Mikro di Lingkungan Sekolah (Studi Kasus UMKM Jajanan Sekolah di Kabupaten Pringsewu)*. 10, 602–614.

- Musfira, L., & Astuti, B. (2024). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention*. 6, 133–144. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.812>
- Nida, R., & Sari, D. D. P. (2023). School Meals Program and Its Impact Towards Student's Cognitive Achievement. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 7(1), 69–80. <https://doi.org/10.18196/jerss.v7i1.17014>
- Nurasyifah, & Sumarsono, R. B. (2025). Dampak Kebijakan Makan Bergizi Gratis (MBG) terhadap Manajemen Layanan Khusus Kantin di SMA Negeri 2 Malang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 35176–35183.
- Putri, R. S. R., Kurnia, Y., Monika, C., Aliyah, Z., Antolin, F. F., & Hamid, M. F. (2025). Assessing MBG Economic Spillovers Through Parents, Canteens, and MSMEs. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 7504–7510. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4593>
- Rahmawati, S., Ilfa, F., & Sijabat, R. (2026). Eksistensi Keuangan Kantin Sekolah Pasca Kehadiran Program Makan Bergizi Gratis (MBG) maupun tidak langsung keberlangsungan usaha kantin sekolah . Sejak diberlakukannya Program Makan Bergizi Gratis , pola konsumsi siswa di sekolah mengalami perubahan ya. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 4.
- Salsabillatuzzahra, A., Marisa, & M.parizsaepurrohman. (2026). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Jurnal of economics Analisis Dampak Program Makan Bergizi Gratis Terhadap Kesejahteraan Pedagang Kantin Sekolah Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*.
- Sinaga, M., Zalukhu, R. S., Piter, R., Hutauruk, S., S, S. E. J., Winda, S., Damanik, H., Margareth, Y., Pembangunan, E., Sumatera, U., Sekolah, A., Ilmu, T., & Bina, E. (2024). *Analisis Pilihan Konsumen Terhadap Barang Substitusi dan Komplementer Manajemen / Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya , Indonesia Manajemen / Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekadharma Indonesia , Indonesia Manajemen / Universitas Sriwijaya , Indonesia. 1.*

- Suhendri, Mariyudi, & Edyansyah. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Mobil Low-Cost Green Car (LCGC) Di Kota Lhokseumawe*. 13, 1–9.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 110*. 5(September), 110–116.
- Sunaryanti, D. P., Pranata, I. G., & Firmansyah, A. M. (2025). *SAYURAN ORGANIK DI INDONESIA (Integrasi Teori Perilaku Terencana dan Teori Nilai Konsumsi)*. 105.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. 1(1), 53–61.
- Susanto, T. V., & Siagian, D. (2025). *Purchase Intention : Apakah Brand Experience dan Brand Image mempengaruhi ? (Studi Empirik pada Aplikasi Gopay)*. 14(2), 122–129.
- Woong, J., & Ki, J. (2020). Technology in Society Factors that influence purchase intentions in social commerce. *Technology in Society*, 63(September), 101365. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101365>
- Zare, H., Nayebzadeh, S., Davodi, A., & Hatami-nasab, S. H. (2024). *Identifying indicators and factors affecting consumers ' purchase intention of cosmeceutical masks through content analysis and the Delphi technique*. 15(December 2022), 237–260.

Intelligentia - Dignitas