

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Adinda Dwi Rachmawati, Abid Muhtarom, Puguh Cahyono, M. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsume. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 8, 33–49.
- Adolph, R. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, 1–23.
- Al Rasyid, H., & Indah, A. T. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan* (Vol. XVI).
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Arief, M., Rosyidi, Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). PADA USAHA WAKHID PENTOL (METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)-PARTIAL LEAST SQUARE (PLS)), 16(1). <https://doi.org/10.46306/jbbe.v16i1>
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29–35. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1230>
- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SALE PISANG PURWOBAKTI MUARO BUNGO, 1(2). <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Cyrilla Wilda Rizani, Hichmaed Tachta Hinggo, & Hammam Zaki. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 366–376.
- Endah, E., & Wulandari, P. (2021). *PENGARUH LOKASI, INOVASI PRODUK, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ELEVEN CAFE DI KOTA BENGKULU*. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains* (Vol. 2). Retrieved from www.jurnal.umb.ac.id
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Febrianti, S., Tj, A., Nurtjahjani, F., Samboro, J., Niaga, A., & Malang, P. N.

(2024). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP, 354–359.

- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Harahab, D. F., Mryanti, Y., & Herawati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Umkm Mie Ayam Dan Bakso Barokah Ina Kabupaten Bungo). *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 1(1), 533–546. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v1i1.42>
- Inovasi, J., Pendidikan, P., & Vol, P. (2021). Recolecta - 2020 - Unknown - 2 3 1 2 3 1 2 3 1 2 3 1 2 3 1, 4(2), 361–366.
- Karina Emelinda Octavian, & Syaiko Rosyidi. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, Penetapan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Yppi Rembang. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 15–28. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.81>
- Kualitas Produk, P., Rasa, C., Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Arabic Kebab Cikarang Bekasi Virgian Ar Rijqi, C., & Mulyono, J. (2023). Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 176–189.
- Ma'ruf, N., Alfalisyo, A., Purwidiyanti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Njoto, D. P., Krismi, D., & Sienatra, B. (2018). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WENAK TOK. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 3).
- Nurdiyanto, A. D. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kabupaten Kendal. *Jurnal STIE SEMARANG*, 3(1), 37–45. Retrieved from <https://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/view/67>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN: 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yayasan Penerbit*

Muhammad Zaini.

- Pranomo, H. dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kelengkapan Produk Har. *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 3(3), 211–219.
- Produk, P. K., Pelanggan, K., Pelayanan, K., & Pembelian, T. K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian, 3, 23–30. <https://doi.org/10.32699/magna.v3i2.7884>
- Purwanto, M. T., Absor, U., & Yulastuti, W. (2022). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah melalui Word of Mouth di Kabupaten Brebes. *Jurnal Strategik*, 10(1), 1–15.
- Ramilusholikha, S., Muhtarom, A., Cholidah, L. N., Efendy, Y., Nordiawan, D., & Ghofur, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian Anyaman Bambu UMKM Cipta Karya Art Bambu Mandiri Desa Sukolilo (Metode Partial Least Square (PLS) – Structure Equation Modeling. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 8(1), 10–21.
- Restiani Widjaja, Y. (2023). *PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR*. *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 5). Retrieved from <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(2), 19–27. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.612>
- Sauto, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI UD. TRIALVELA KECAMATAN FANAYAMA KABUPATEN NIAS SELATAN Sumarni.
- Solihin, D. (2020). The Effect of Customer Trust and Promotion on Consumer Purchasing Decisions at Mikaylaku Online Shop with Purchase Intention as an Intervening Variable. *Journal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Studi Manajemen Jl Raya Olat Maras, P., Alang, B., & Hulu, M. (2021). PENGARUH CITA RASA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM GEPREK JUNIOR CABANG PEKAT DI KABUPATEN SUMBAWA, 4(2). <https://doi.org/10.37673/jmb.v4i>
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Performa*, 5(3), 233–241. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>
- Ulum, P., Rusnaini, S., & Febiola, E. (2023). *JASIORA*, 7(1).
- Warganegara, T. L. P., & Safitri, D. (2023). Pengaruh Promosi Online dan Brand

Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 521–529. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1159>

Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PESAN ANTARMAKANAN GOFOOD DI KOTA SOLO.

Widodasih, W. K., Satpatmantya, K., & Rochayata, B. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Media Sosial , Pelayanan , Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Seblak Prasmanan Di Kabupaten Bekasi (Studi Pada Umkm Seblak Teh Neng Di Cikarang Utara), 7(2), 326–339.

Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>