

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Abdurrahman, H. N. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Cv Pustaka Setia.
- Al Irfani, A. S. (2022). *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam Memilih Menu Minuman (Studi Kasus pada Konsumen Asmaraloka Coffee Malang)*.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*.
- Cannon, Joseph P., W. D. P. J. dan J. M. (2008). *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*.
- Danang, S. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu.
- Darmawan, A. S., & M. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffe Citra raya*.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Diana Angelica dan Ria Cahyani. (n.d.). *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandr. (2016). *Service, Quality & satisfactio*. Andi.
- Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Merek Lg Di Pt. Global Elektronik Banyumanik Semarang. *Analisis pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga petani*, 53(9), 1–8.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, N. F. H. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Yrama Widya.
- Harsojuwono, B. A., & Arnata, I. W. (2020). *Statistika Penelitian*. PT Cita Intrans Selaras (Citila).
- Ira, I. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Kotler, dan A. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Erlangga.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Lathifah Hanim & MS. Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil & Menengah) & Bentuk-bentuk Usaha*. UNISSULA PRESS Universitas Islam Sultan Agung.

- Made Tiya Yogi Suari, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. N. yulianthini. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Noor, A. (2013). Perlindungan Di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern. *Economica*, IV(2), 107–120.
- Nor Indah Fatmawati, Lamsah, E. Z. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Dina Dan GinA. *manajemen*, 1.
- Novi Itsna Hidayati, Khotibul Umam, N. L. (2022). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Rokok Pada Anak Usia Jenjang Remaja. *Agrotechbiz*, 9(1), 2–12.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika*. Tarsito.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *strategi pemasaran* (III). Andi off.
- Wiratna, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka baru press.

Jurnal :

- Adenovendri, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Adhitya, W. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Di Kota Medan Pada Aplikasi Shopee. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 142-161.
- Ananthama, D., Prasetyo, E., & Mukson, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Susu Sapi Pasteurisasi Di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Agristan*, 4(1), 11-29.
- Basith, A., & Fadhilah, F. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(3), 192-203.
- Fatmawati, N. I. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Dina Dan Gina* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Gunawan, T., & Sasi Agustin. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4).

- Hidayati, N. I., Umam, K., & Lidyana, N. (2022). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Rokok Pada Anak Usia Jenjang Remaja. *Agrotechbiz: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 9(1).
- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *Eco-Entrepreneur*
- Mantik, A. F., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Motivasi dan persepsi konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Kfc Megamall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119–128.
- Noor, A. (2013). Perlindungan Di Tengah Ekspansi Pasar Ritel Modern. *Economica*, IV(2), 107–120.
- Nor Indah Fatmawati, Lamsah, E. Z. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Dina Dan Gina. *manajemen*, 1.
- Novi Itsna Hidayati, Khotibul Umam, N. L. (2022). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Rokok Pada Anak Usia Jenjang Remaja. *Agrotechbiz*, 9(1), 2–12.
- Romi, W. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Nibras Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016)* (Doctoral dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Sriyana, J. (2010). strategi pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM): studi kasus di kabupaten bantul. *Simposium nasional*, 79-103.
- Simanjanrang, E. F. Andini, P., & Rahardjo, S. T. (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Hyundai i20 (Studi Kasus pada Konsumen Mobil Hyundai i20 di Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sa, A., Irfani, A., Widarko, A., & Hardaningtyas, R. T. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dalam Memilih Menu Minuman (Studi Kasus Pada Konsumen Asmaraloka Coffee Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(16).
- S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kopi Pada Warkop on Mada Rantauprapat. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 1(1), 91-101.

- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134-140.
- Susilowati, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan konsumen Dalam Membeli Minuman Kopi Janji Jiwa. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 5(2), 38-53.
- Syikin, N. (2021). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kuliner Di Kecamatan Rappocini. *Economics Bosowa*, 6(005), 219-230.
- Tresnanda, D. A., Arifin, Z., & Sunarti. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Survei pada Konsumen Perumahan Blukid Residence Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Abdurrahman, H. N. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Cv Pustaka Setia.
- Utomo, A. P. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ayam Potong Di Kabupaten Sumenep* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Widyasari, F. A., & Yuniningsih, T. (2016). Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional “Bangsri” Di Dinas Koperasi, UMKM Dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Jepara. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(2), 321-333.

Skripsi :

- Krisnasakti, A. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro