

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Andrianata, M., Suharsono, J., & Fithrianto, M. N. (2022). Pengaruh *brand image*, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Makan Ikan Bakar Gatsu Probolinggo. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 2657-2666.
- Anggraini, F., Ahmadi, M. A., & Surakarta, U. M. (2025). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : *Literature Review*. 3.
- Anggun Widya Wijayanti, Andi Wijayanto, & A. E. P. (2023). Pengaruh Positioning, Diferensiasi Pproduk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi pada Mahasiswa Pengguna Iphone di Kota Semarang) 12(1), 255-265..
- Anjani, E. R., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1293-1308. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2547>
- Aryandi, J., & Orsandi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada I Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117-127.
- Asmini A, Pamungkas B D, & A. N. (2019). Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Konsumen Tupperware di Kelurahan Bugis Kecamatan Sumbawa). 7(1), 91-101.
- Asrulla, Risnita, M Syahrani Jailani, & F. J. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. 7, 26320-26332.
- Ayes, Y. T., Hariyadi, G. T., Yovita, L., & Putra, F. I. F. S. (2024). Diferensiasi Produk, Eco-label, Dan Brand Awareness Sebagai Peran Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 500-512. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2327>
- Azizah, N., & Chalimatusadiah, C. (2024). Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian pemahaman konsep dasar aljabar. *Jurnal Teknologi Informasi Universitas Bina Sarana Informatika*, 7(2), 123-130.
- Bahri, N. A., Khairunnisa, W., Dwihatmoko, M. Z., Muhammad, T., & Artikel, I. (2022). Studi Komparasi Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Antara Kecamatan Ciambar dan Kecamatan Nagrak Dalam Perspektif *Theory of Planned Behavior*. 01(01).
- Bangun, S., Andayani, S., & Pujiyanto, A. (2025). Pengaruh Influencer

- Marketing dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2glow. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 35-47.
- Dewi Ratna Sari, S. H. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea). 2(1), 31–42.
- Eneng Wiliana, & Nining Purwaningsih. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 242–251. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i3.641>
- Ervina Azhari, La Mohamat Saleh, M. M. (2023). Analisis Faktor Penyebab Keterlambatan Proyek Pembangunan Gedung Laboratorium Terpadu dan Perpustakaan MAN 1 Makuku Tengah. 2(2), 262–270.
- Fakhira, N. V., Kastaman, R., & Pujiyanto, T. (2022). Peran Influencer Pada Media Sosial Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian *Frutivez Role Of Influencer On Social Media Instagram And Brand Image On Buying Decisions*. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1220-1238.
- Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan ShopeePAY sebagai dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU. *Komunika*, 17(2).
- Fitriana, R., & Suprehatin, S. (2018). Aplikasi *theory of planned behavior* dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk susu cair dalam kemasan pada mahasiswa Indonesia dan Malaysia. *Journal of Indonesian Agribusiness*, 6(2), 149-168.
- Fuadi, F., & Saputri, A. A. (2024). Analisis Strategi Diferensiasi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Perspektif Bisnis *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 01(03), 517–523. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v4i1.627.2>
- Hadi, S. N., & Khairawati, S. (2020). Analisis Implementasi Manajemen Persediaan Bahan Baku Pada. *Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 59. <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7265>
- Hagses, T. Y., & Kusnawan, A. (2025). Pengaruh Peran Influencer , Konten Media, Sosial , dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kantong Plastik Sampah di *e-commerce PACKBAG ID*. 1, 1–14.
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / *Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berubah tergantung situasi tertentu . (Arib , M . F . , dkk , 2024)* .
- Halim, A., & Tyra, M. J. (2020). Pengaruh *Online Consumer Review* Dan

- Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee. Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 99. <https://doi.org/10.31315/be.v18i1.5630>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta., 21(134), 31–38.
- Hartini, S., & Sari, D. R. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31-42.
- Hemas, D. P., & Cyasmoro, V. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Bozzi Coffee Jakarta Selatan. *eCo-Buss*, 7(1), 379-389.
- Hidayat, M. R., & Farhani, A. (2025). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di MM Food Court Kabupaten Tabalong. *JAPB*, 8(1), 659-669.
- Hutagaol, K. (2025). Kajian Tentang Uji Asumsi Klasik Berbantuan SPSS. 8(2), 15–28.
- Id, E. F. A., Fitriani, Y., Rahman, A., Sepriyani, Y., Khan, M. U., & Fatima, A. (2025). Pengumpulan Data Penelitian. *Jurnal Pembahsi (Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 15(2), 29-39.
- Imelda Aprileny & Rosita Andriani. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. 27(02), 38–56.
- Indahsari, L. N., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo Laili. 1.
- Ira Arnie Yuvira, M. Y. S. & H. S. (2021). Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fupada Suzuki Sunindo Cabang Amplas Medan The. 2(1), 81–85. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.485>
- Jhon Robert Maneking, B. L. (2015). Analisis Stratei Harga, Diferensiasi Produk, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Columbia Perdana Manado. 3(1), 1173–1183.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mahendra, S., & Edastama, P. (2022). Pengaruh online customer review, rating dan influencer terhadap keputusan pembelian pakaian casual pada marketplace. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 21-28.
- Marsela Lenti, Sabinus Beni, Y. D. S. U. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. 2(2).
- Masum Johari, S. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata: *Studi pada Bata Plaza Surabaya*. 4(3), 745–755. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.721>

- Mutiah Pulungan, R. A., & Fitri, S. (2024). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Café & Resto Tomyam 59 di Sipolu-Polu. *JIESA*, 1(5), 211–224.
- Nurlia, L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. 2(3), 1–12.
- Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 357–369.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review ManPermata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
- Putri, S. M., & Rosmita, R. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis dan Sosial*, 2(1), 86-97.
- Pratiwi, M. I., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Se'i Sapiku Surabaya. 9(3).
- Ratnasari Aprillia Dewi, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi Lanbistro Coffe and Resto Surabaya.
- Ridha, A., Zaimar, F. R., Windarsari, W. R., & Haruna, H. (2025). Determinan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Usaha Mikro Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi (JIMBE)*, 2(6), 491-502.
- Riyaningrum, A., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh diferensiasi produk promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian Batik Lasem di Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 256-267.
- Renil, S., & Sari Laynita. (2021). *Determination Of Consumer Value and Purchase Decisions: Analisyis Of Product Quality, Location*. 2(3), 482–498.
- ROCHMAN, A. (2016). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Asus Zenfone (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).
- Rusdian, S. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut) Oleh. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 8(3), 130–139.
- Rusti, A. D., Kurniawati, K., & Masnita, Y. (2024). Tinjauan Theory of

- Planned Behavior dalam Mempengaruhi Purchase Intention dan Purchase Behavior melalui Social Media. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1), 116–130.
- Sadiartha A A Ngurah Gede & Ni Nyoman Ayu Sutiari. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Usaha Kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang Di Badung. 2(3), 812–822.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. *Emba*, 1(3), 411–420.
- Salfa Sahbiah, A. H. J., & Fanggidae, Yosefina K I I D Dhae, & C. C. F. (2021). Pengaruh Influencer Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Café Kopi Kembo. 727–736.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Sari, N., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Savitri, D., & Fikriyah, K. (2024). Pengaruh Influencer dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasmina di Indonesia. *Jurnal Erusdkonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 64-74.
- Septiano, R., & Sari, L. (2021). *Determination of consumer value and purchase decisions: analysis of product quality, location, and promotion. Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 482-498.
- Serly Marsha Putri, R. (2024). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9. 113.
- Sihang Gregorius Balimema. (2025). Analisis Sistem Persaingan Bisnis Kuliner Dapur Sumba. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 4(1), 278–284. <https://doi.org/10.30640/digital.v4i1.3931>
- Sholihat, A., & Romyeni, R. (2018). Pengaruh Promosi penjualan dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di *Krema Koffie (Doctoral dissertation, Riau University)*.
- Syahputri, A. Z., & , Fay Della Fallenia, & R. S. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *Ejurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Tarigan, B. I., Lopian, S. L. H. V. J., Tampenawas, J. L. A., Produk, P. D., Dan, H., & Terhadap, F. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Café di Kota Manado. *IO(1)*, 491–499.
- Wahdaniah, I., & Sari, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Konvensional Warung Spesial Sambal Menghadapi Persaingan

Pasar Modern. *Journal of Servite*, 2(1), 37.
<https://doi.org/10.37535/102002120204>

Wiliana, E., & Purwaningsih, N. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(3), 264-273.

Yuliani, N., Yuniato, A., Amalia, D., I, U. P. I. Y. A., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2024). Inovasi Kewirausahaan dalam Industri Makanan Melalui Kreativitas dan Teknologi (Studi Kasus Restoran AvoEats). *I(1)*, 6–18.

Skripsi

Az-Zahra, S. S. B. (2024). Pengaruh Pemasaran Online, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Martabak D'pecenongan Jember (*Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember*).

Alfatihah, A. (2020). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Ayam O'Chicken Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*).

Hardiansyah, H. (2024). Pengaruh Sosial Media Influencer dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tomoro Coffee di Cikarang Pusat (*Doctoral dissertation, Universitas Pelita Bangsa*).

Rentica, P. E. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Sosial Media Influencer terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Maybeliline (Studi pada Masyarakat Kota Pekanbaru) (*Doctoral dissertation*).

Taivin, J. (2024). Analisis Hubungan Sosial Media Influencer dan Citra Rasa Terhadap Keputusan Pembelian di Ayam Kremes Prambanan Medan (*Doctoral dissertation, STIE Eka Prasetya*).

Tri, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli Di Kedai Ohayo.

Prasetya, S. E. Pagaruh Atribut Produk dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya).

Siregar, N. A. (2024). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Lip Mousse di Platform Shopee Studi pada Masyarakat Kecamatan Sei Kanan Labuhanbatu Selatan. (*Doctoral dissertation, Universitas Medan Area*).

Buku

Arfah, Y. (2022). Keputusan pembelian produk. PT Inovasi Pratama Internasional.

Khairawati, S. (2021). Strategi bauran pemasaran dalam marketing 5.0. *Marketing*, 5, 89-102.

- Purwanto, N., Budiyanto., Suhermin. (2022). *Theory of Planned Behaviour. CV Literasi Nusantara Abadi.*
- Rahayu, S., & Afrilliana, N. (2021). *Perilaku Konsumen. CV Penerbit Anugrah Jaya.*
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.*
- Vikaliana, R., Pujianto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). *AM penelitian dengan SPSS. Tahta Media Group.*
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital. Purbalingga: Eureka Media Aksara.*
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan pembelian konsumen. Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta, 66.*

Website

- Merdeka.com. (2022, 10 Juni). *Subsektor kuliner sumbang 41 persen ekonomi kreatif Indonesia, kata Kemenparekraf.*