

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., & . C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Bingkai Ekonomi)*, 6(1), 58–71. <https://doi.org/10.54066/jbe.v6i1.99>
- Amrullah. (2017). *Amrullah et al, 2017 “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda, jurnal Ekonomi dan Manajemen, Volume 13, (2), 2016 ISSN print: 1907-3011, ISSN online: 2528-1127.*
- Andriani, W., Abdurrahman, & Sari, P. R. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma *Jurnal Manajemendan Bisnis Vol.2 No.12019, Vol2 No.12(1), 1–17.* <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/268/207>
- Ansori, P. B., & Ansori, P. B. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11–19. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i1.253>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Kualitas 2. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85–104. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Belia, D. O., Bakkareng, B., & Tifani Ratu Firdaus. (2023). Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Hawa Inderapura Pesisir Selatan. *Ekasakti Matua Jurnal Manajemen*, 1(4), 282–291. <https://doi.org/10.31933/emjm.v1i4.945>
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, IX, 104–112.
- Di, K., Trialvela, U. D., & Fanayama, K. (2021). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di ud. trialvela kecamatan fanayama kabupaten nias selatan. 4.
- Diana Yunita Sari, Endang Tjahjaningsih, & Kristina Anindita Hayuningtias. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant Bsb Semarang). *2018: Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call for Papers* , 677–683.

- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Ginting. (n.d.). *Ginting, N. F. H. 2012. Manajemen Pemasaran. Cetakan Kedua. Yrama Widya, Bandung.* Ginting, N. F. H. 2012. Manajemen Pemasaran. Cetakan Kedua. Yrama Widya, Bandung
- Hafidh Fauzi, D. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790–800. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6.645>
- Hariadi, S. D., Relawati, R., & Baroh, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik di “Orgo Organic Farm” Kota Malang. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 22(2), 194. <https://doi.org/10.31315/jdse.v22i2.6428>
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 340–351. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16727>
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17–35. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v2i02.794>
- Juliany, E. (2021). Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Rantauprapat (Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214.225). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 2(Nomor 1), 162–173.
- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.845>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement. In Pearson Edition Limited.* Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Mangement. In Pearson Edition Limited
- Kotler, G. A. (n.d.). *Principles of marketing, 12th Edition, New Jersey : Pearson Prentice Hall.*

- Kotler, P. dan A. (2012). *Kotler, Philip dan Amstrong 2012, Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Tiga Belas. Jakarta: Erlangga.*
- Lis Novaiyanti, Denok sunarsi, H. W. (2023). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 90–102. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Technobiz : International Journal of Business*, 4(2), 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Putri, N. P. R. D., & Yulianthini, N. Y. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di PanamenaCoffee & Eatery. *Prospek : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 165–171.
- Rahayu, E. (2018). Rahayu, E. (2018). Dampak Area, Item Lengkap, Dan Administrasi Terhadap Pilihan Pembelian Pembeli Pada Reach Utama Pasar. Dampak Area, Item Lengkap, Dan Administrasi Terhadap Pilihan Pembelian Pelanggan Pada Reach Market Fundamental, 9. Rahayu, E. (2018).
- Rifkifadillah, M. A., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warunk Upnormal Kemang Pratama. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(2), 127–138. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i2.584>

- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Sumilat, S. M. D., Lopian, J., & Lintong, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Hasjrat Abadi Yamaha. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 541. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40295>
- Swastha. (2019). Azas-Azas Pemasaran. Yogyakarta: Liberty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha Volume 9 No.2 Tahun: 2017*.
- Tegowati, T. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.33086/amj.v3i1.1188>
- Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). “ Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian ” (Studi Pada Rumah Makan “ Mie Gacoan ” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). 3(2), 149–164.
- Wahyudi, G. (2018). Gotomo, E., & Wahyudi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Pochette. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1-10. 1–10.
- Www.ekon.go.id. (n.d.). Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi. Wwww.Ekon.Go.Id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- 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>