

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., Suminto, A., & Mubin, A. F. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Di Toko Buku La Tansa Gontor). *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 111-133.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2021). The Influence of Attitudes on Behavior. *The Handbook of Attitudes*, July, 187–236. <https://doi.org/10.4324/9781410612823-13>
- Ali Hasan, S. E. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Media Pressindo.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851-866.
- Chaniago, S. (2022). Pengaruh Lokasi dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Super Com. *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 1(1).
- Daft, R. L. (2016). *Essential Organization Theory and Design* (Nomor January).
- Djafar, N., Yantu, I., Sudirman, S., Hineo, R., & Hasiru, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 78-82.
- Ekon.go.id. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. *Ekon.Go.Id.* <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237-245.
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90-107.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Ismagilova, Elvira et.al (2017). *Electronic Word of Mouth (e-WOM) in Marketing Context*. Switzerland : Spriger .
- Kholes, M. N., & Samboro, J. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap

- Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 7-12.
- Kotler, K. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P. dan K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Word Of Mouth, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis (JMDB)*, 1(1), 51-60.
- Lianita, A., & Widodasih, R. W. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen GoFood. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 15-24.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31-42.
- Mazwar, M., & Kuleh, Y. (2023, June). Pengaruh E-WOM dan kualitas produk serta lokasi terhadap keputusan pembelian. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 25, No. 2, pp. 408-417).
- M. Anang, F. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk dan Merek*, August, 143–144.
- Mukti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kirani Coffee. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(1), 229-245.
- Nuriyah, S., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Citra Toko, Harga, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Bening Bungah. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 2(1), 53-60.
- Nurjamilah, S. F., Romadon, A. S., & Putri, S. E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopima Aja. *Solusi*, 21(1), 453-469.
- Octavia, M. N. 2022. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Miago Pak Joko Semarang.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

- Purwaningdyah, S. W. S. (2019). Pengaruh electronic word of mouth dan food quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 73-80.
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.
- Rao, Purba. (2006). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. *The Asian Manager* (February-March).
- Rozinawati, & Purwata. (2010). Modul Membuka Usaha Eceran/Ritel Untuk SMK dan MAK. Jakarta: Erlangga
- Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P. R. (1988). The Theory of Reasoned Action: A Meta-Analysis of Past Research with Recommendations for Modifications and Future Research. *Journal of Consumer Research*, 15(3), 325. <https://doi.org/10.1086/209170>
- Sianipar, O. L., Parapat, E. P. S., & Siringo-ringo, E. D. M. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Communication dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Indonesia (JAMIN)*, 4(1), 8-16.
- Sudarningsih, E. (2020). *Pengaruh Lokasi, Kualitas Layanan dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pasar Kaget di Kecamatan Bengkong* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Sugiyono, D. (2017). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Suliyanto, S. E., & MM, S. (2017). Metode penelitian kuantitatif.
- Sumawan, U. (2002). Perilaku Konsumen. *Ghalia Indonesia*, 368.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah*, 212.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).
- Tandijo, M. M. L., Efrata, T. C., & Padmawidjaja, L. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Leophone.
- Titop, H., & Yuliasari, W. (2022). Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ready to Drink (DTR) Kedai Three Thai Tea Desa Awunio Kecamatan Kolono Kabupaten Konawe Selatan. *Sultra*

Journal of Economic and Business, 3(2), 163-178.

Tjiptono, F. (2014). Service, Quality & Satisfaction Edisi 3. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.

Varidah, K., Kristiningsih, K., Mulyana, P. A., & Danurwinda, M. A. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Red Koffee Armina Daily. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 165-173.

Wijayanti, K. D., Komarudin, K., & Sulistiani, S. (2021). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartment Bailey's City Di Ciputat. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 242.

<https://satudata.dinkop-umkm>, diakses 20 Januari 2024

