

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Faatihah, T. R. N., Maharani, N., & Oktini, D. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Mie Yamin Dan Bakso Restorja. *Jurnal Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1), 241–247. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i1.6552>
- Anggraini, B. A., & Saino. (2022). Pengaruh Harga, *Physical Evidence*, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599.
- Aprilian, R. C. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Kuning AY. (Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2024) Retrieved form <https://repository.unpkediri.ac.id/20170/>
- Apriyansyah, & Yusa, V. De. (2024). Pengaruh Viral *Marketing* dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–9. <https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/Ebima/article/view/649>
- Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S. H., Amaliyah, Effendi, N. I., & Yusnanto, T. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)* (R. Wujarso (ed.); 1st ed.). Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Batubara, C., Tanjung, A. F., & Adha, R. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis : Ekonomi Bisnis*, 7(2), 586–600. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1277>
- Damayanti, D., Wahyuningtyas, Y. F., Asteria, B., Nugroho, M. A. S., Assery, S., & Dkk. (2023). *Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen* (1st ed.). Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. ., & M.Ndoen, W. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan *Word Of MOuth* Terhadap Keputusan Pembelian di Chezz Cafenet. *Journal of Management (SME's)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Evyanto, W., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda PT. Mitra Krida Perkasa. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11. <https://doi.org/10.47024/js.v11i1.584>
- Farikhan, M. K., & Soliha, E. (2024). Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth*, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2760–2769. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i1.4200>
- Fauzi, F. (2025). Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Di

- Kedai Kopi Boscha Kota Bandung. *AMANAHA: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 3(2), 107–114. <https://doi.org/10.70451/amanah.v3i2.679>
- Fauziyah, J., Wijayanto, H., & Chamidah, S. (2023). Pengaruh Resto *Atmosphere*, *Word Of Mouth*, dan Budaya Milenial Terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cab. Ponorogo. *JInnovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 8342–8355. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i3.2161>
- Feren, M., Mevia, A., Fatimah, F., & Rahayu, J. (2023). Pengaruh *Digital Marketing*, Media Sosial Tiktok, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Vr Booster Collagen Di Kabupaten Jember. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 1(2021), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jampk.v1i1.12>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi *Digital* Dan Kualitas Layanan Aplikasi *Go-Food* Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 597–610. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.382>
- Hodijah, C., Wiyata, M. T., & Wijaya, Z. R. (2023). Pengaruh Harga, *Digital Marketing* dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Coffee Cirenggot. *CAKRAWALA - Repositori IMWI*, 6(4). <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.291>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Kotler, & Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (D. S Kurnia & A. Pramesta (eds.); 6th ed.). Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of MARKETING. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (17e ed.). New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Manajemen* (16th editi). England: Pearson Education Limited 2016.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)* (A. Q. Habib (ed.); 3rd ed.). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mutiara, U. S. (2025). Dampak Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan PDB Dan Penyerapan Tenaga Kerja. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02, 22–27. <https://doi.org/10.70134/jukoni.v2i3.823>
- Naufal, D., & Nurjamilah. (2025). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Demos Cafe Di Kota Bandung. *Journal of Social*

Science and Education (IJOSSE), 1(3), 487–503.
<https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1333>

- Nuryami, Sukriah, Y., Sahara, N., Eriyanti, R. W., Hudha, A. M., & Suprayitno, K. (2024). *Metodologi Penelitian (Menguasai Pemilihan dan Penggunaan Metode)* (R. Darmayanti (ed.)). Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Pertiwi, M. (2024). *Digital Marketing untuk Pemula (Cara Cerdas Meningkatkan Bisnis Online)* (Zizi (ed.); 1st ed.). Yogyakarta: DIVA Press.
- Rifqiyyah, S., & Surianto, M. A. (2024). Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan pada Keputusan Pembelian Ulang Pada Coffee Shop Waktu Kopi PPS. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5, 87–98. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v5i2.9045>
- Sahril, A. A., Wulandjani, H., & Kurniawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dabu - Dabu Lemong Resto dan Coffe Lawasan Megamas di Manado. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 70–80. <https://doi.org/10.35814/jimp.v2i2.2930>
- Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi *Digital Marketing* Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian San Pengembangan Sains Dan Humaira*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>
- Saota, S., Buulolo, P., & Fau, S. H. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D UD. Trial Vela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 4p (*Product, Price, Promotion, And Place*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 122–141.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen Pemasaran* (Z. Khairani (ed.)). Pekanbaru: LPPM Unilak.
- Sri Anugrah Natalina, Arif Zunaidi, R. R. (2021). ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development, Volume 5, No. 2, Desember 202143 Quick Respinse Code Indonesia Starndard (QRIS) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi di Kota Kediri. *Journal of Islamic Economic Development*, 5(2), 43–62.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Bandung: Alfabeta Bandung.

- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Pratama (ed.)). Riau: UIR PRESS.
- Suryani, N. A., & Kisworo, Y. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Bimbingan Belajar (Studi Kasus Yayasan An-naml Kemayoran Jakarta Pusat). *Jurnal Fokus Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 41–59. <https://jurnal.uic.ac.id/fokus/article/download/108/68/212>
- Taan, H., Abdussamad, Z. K., Palangka, I., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Gorontalo, U. N. (2020). Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Grand Q Hotel Kota Gorontalo. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Invasi Bisnis, Volume 2*, 53–65.
- Tegowati, Martoatmodjo, G. W., Kalbuadi, A., Ismail, K., Idayati, F., Rukmana, A. Y., Mufrihah, M., Rohmah, M., & Onoyi, N. J. (2024). *Pengembangan Produk* (A. S. Egim (ed.)). Purbalingga: CV.EUREKA MEDIA AKSARA.
- Wahyudiono. (2017). *(Perkayaan Sosial) Model Pengelolaan Sentra UMKM* (Seger (ed.)). Surabaya: Naroama University Press.
- Widiastuti, E., & Novita, D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mie Gacoan Cabang Solo Baru. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(4), 315–327.
- Wongso, M. Y. S. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Burger King Di Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (F. Rezeki (ed.)). Bekasi: PT Kimshafi Alung Cipta.
- Wulansari, R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Outlets Worldwide Indonesia. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 961–972. <https://doi.org/10.37481/jmh.v5i2.1437>
- Yuliaty, T., Shafira, C. S., & Akbar, M. R. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Journal Management, Business, and Accounting*, 19(3), 293–308. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>
- Zed, E. Z., Indriani, S., & Wati, S. F. (2025). Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Era E-Commerce. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 171–180. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v4i1.4740>
- Zusronry, E. (2021). *Perilaku Konsumen Era Modern* (1st ed.). Semarang: Yayasan PAT.