

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahata, E.M., Lopian, J., dan Mandagie, Y. (2017). “*Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada UKM Kuliner (Studi Kasus Pada UKM Kuliner Pasar Tua Kota Bitung)*”. Jurnal EMBA Vol. V, hlm. 2193.
- Wulandari, Wahyu. (2012). “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda UKM Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang*”. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol. I, hlm. 45-63.
- Rafliatha, M., Suharyati dan Aryani, L. (2021). “*Analisis Keputusan Pembelian Online Kopi Kenangan Ditinjau Dari Pengaruh Marketing Mix*”. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol. II, hlm.1415-1427.
- Andriyanto, L., Syamsiar, S., dan Widowati, I. (2019). “*Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mi 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum*”. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi Vol. XX, hlm, 26-38.
- Ellisshanty, S.I. (2017). “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di UKM Bakso Kemasan M Dan M Di Mojokerto*”. Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol. I.
- Viesti, R.T. (2017). “*Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MOM Milk Manahan Solo*”. Naskah Publikasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Luomanah, S.F. (2019). “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Lokasi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek Spesial Sambal Korek (SAKO) Pusat Kabupaten Sragen*”. Naskah Publikasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hermanto, Apriansyah, R., dan Remofa, Y. (2019). “*Analysis of the Influence of Product and Promotion on Purchase Decisions on the Product of Micro, Small, and Medium Enterprises in the Disctrict Rengat*”. International Journal of Science, Technology, and Management. Hlm. 174-178.
- Novansa, H., Ali, H. (2017). “*Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products)*”. Saudi Journal of Humanities and Social Sciences. Vol. II, hlm. 621-632.
- Harahap, D.A., Hurriyati, R., dan Gaffar, V. (2017). “*The Effect of Location and Products Completeness to Consumer Buying Decision of Small and Medium Enterprise Market*”. Makalah disajikan dalam seminar 2<sup>nd</sup> Global Conference on Bussiness, Management, and Entrepreneurship. 9 Agustus.
- Ali, F. (2014). “*Penelitian Manajemen*”. Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2015). “*Patrial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi*”. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., dan Keller, L.K. (2018). *Marketing Management*. Edisi 15.
- PROF. DR. H. Alma, B. (n.d.). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Feriyanto, A., dan Triyana, E.S. (2015). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., dan Keller, L.K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. (Bob Sabran, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, P.D. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, P.D. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono, P.D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.