

DAFTAR PUSTAKA

- Andaresta ED. 2020. "Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mie Instan Merek Indomie di Yogyakarta". Skripsi. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN. Yogyakarta.
- Anggraeni FD, Hardjanto I, dan Hayat I. 2017. "*Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensial Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" Indawangi Village-Blimbing Malang District*". Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Vol.1(6) : 1-10.
- Arikunto S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Atikah M. 2018. "Pengaruh Spiritual Marketing Pada Keputusan Pembelian Makanan Oleh-oleh Khas Medan Pada Produk Napoleon". Skripsi. Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Azizah SN. 2020. "Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Intervening Variabel pada Produk Kentucky Fried Chicken (KFC) Arion Mall". Skripsi. Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Jakarta.
- Budiansyah B. 2019. "Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bekasi Timur". Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa. Bekasi.
- Budiarto DS. 2019. *Panduan Riset Kuantitatif: Trik Publikasi Bagi Pemula*. Edisi 1. Yogyakarta: UPY Press.
- Firdaus Z. 2009. "Korelasi Antara Pelatihan Teknis Perpajakan, Pengalaman dan Motivasi Pemeriksaan Pajak dengan Kinerja Pemeriksaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak di Jakarta Barat". Skripsi. Program Studi Akutansi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Firmansyah MA. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gujarati DN, & Dawn C.P. 2010. *Dasar-dasar Ekonometrika Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gulo W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hamidah QR, Sejati PTA, & Mujahidah AZ. 2019. "*The Development of Small and Medium Businesses (MSMEs) Based on Tecnology to Deal with The Industrial Revolution 4.0*". Jurnal National Seminar on Education Innovation Universitas Sebelas Maret. Vol. 2(1) : 2-5.
- Indrasari M. 2019. "*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*". Surabaya: Unitomo Press.

- Ismed M. 2018. *“Strategi Kebijakan Pemasaran Produk Agribisnis Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran”*. Bogor: PT IPB Press.
- Janie DNA. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kebijakan B. K., & Inovasi, A. N. 2018. *Processing Data Penelitian Menggunakan Eviews*. Aceh Besar: Jul Fahmi Salim.
- Kotler P. & Amstrong G. 2014. *Priciples Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler P. & Keller KL. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.
- Maulidina KA. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Pondok Mataram di Kota Tebing Tinggi”. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Mpok Nini 2015. Sejarah Mpok Nini. <https://mpoknini.co.id/tentang-kami>. Diakses 10 Febuari 2022.
- Peraturan Pemerintah PP UMKM No.7/2021.
- Perdana E. 2016. *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22 Edisi Pertama*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
- Peter PJ. and Olson JC. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Putri WTL, Deptasari, & Dharmawan YY. 2017. *“Faktor Penentu Keputusan Pembelian pada Destinasi Wisata Belanja Oleh-oleh di Bandar Lampung”*. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Bandar Lampung . Vol. 18(1) : 2-6.
- Rahmaniyah SD. 2018. “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pusat Oleh-oleh GGT UD Kediri”. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri. Vol. 2(3) : 4-11.
- Saidah PS. 2020. *“Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen”*. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Samarinda. Vol.8(1) : 3-8.
- Salfiana L & Afriani N. 2017. *“Pengaruh Harga, Kemasan Produk dan Lokasi Terhadap Pembelian Oleh-oleh Khas Parimanan”*. Jurnal Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sumatera Barat Pariaman. Vol. 9 Jilid 2(78): 1-12.
- Samsu SM. 2017. *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (Pusaka).

- Saragih B. 2001. *Suara Dari Bogor: Membangun Sistem Agribisnis*. Bogor: Yayasan Usese Berkerjasama Dengan Sucofindo.
- Sari RM & Prihartono. 2021. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi) Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Vol.5(3) : 1-14.
- Setiawan Y. (2018). “*Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berkunjung pada Café Taman Selfi di Kota Binjai*”. Skripsi. Program Studi Ilmu Adminisntrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Siregar S. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto S & Sodik MA. 2015. *Dasar Metedologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono & Agus S. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suherman AW & Hongdiyanto C. 2020. “*Pengaruh Promosi, Cita Rasa, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo*”. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Universitas Ciputra Surabaya. Vol. 5(3) : 2-6.
- Sumarwan U. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan U. dan F. Tjipto. 2019. *Strategi Pemasaran dalam Prespektif Prilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IBS Press.
- Triana L, Zakir Z, & Budiman C. 2018. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Makanan Ringan Berbasis Produk Agroindustri Sebagai Oleh-oleh Kota Padang*”. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang.
- Wahyuni T. & Zuriyah A. 2020. “*Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa*”. Jurnal AGRISCIENCE Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura. Vol. 1(1) : 5-11.
- Widarjono A. 2017. *Enkonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yuliviona R, Fabio R, & Khamener D. 2017. “*Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Pada Pusat Oleh-oleh Bani Rawi di Kabupaten Tanah Datar*”. Jurnal Menara Ekonomi Departement of Management Faculty of Economics Universitas of Bung Hatta. Vol.3(6) : 1-12.