

DAFTAR PUSTAKA

- Adzly, F. S., & Riyanto, R. (2023). Pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di UMKM (Warung Makan Mbak Kun Pantai Empu Rancak Jepara). *Jurnal Spirit Edukasia*, 3(01), 93–102.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 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. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 3(1).
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alwi Nasution, N. P. M. (2023). Effect Product Quality, Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions of the Padang Ampera Uni Restaurant in Pinang City. *Ekonomis: Journal of Economies and Business*, 7(2), 877-883.
- Anggraini, E. D., Sudirman, R., & Fahrurrozi, M. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Deli Bakery Banyuwangi. *Armstrong, G. (nd). Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 1-63.
- Aulia, M. R., Rudy, R., Ismail, A., Indriyani, S., & Arief, I. (2023). Pengaruh media sosial, lokasi, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pelanggan Kedai Kopi. *Inovatif: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*, 3(3), 11111–11118.
- Asfawi, K., & Tuti, M. (2025). Pengaruh social media marketing, influencer, dan varian produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(2), 173-190.
- Budhi, HE, & Hadi, M. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di The Rooster Coffe Company Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7 (1), 297–301.

- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175-183.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Hoboken, NJ: Pearson
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Publik*, 9(1), 104-112.
- Dwiyanti, N. K. A. S., & Yulianti, I. (2024). Pengaruh pemasaran media sosial dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 373–385.
- Effendi, N. I., Harahap, D. F., Nelvia, R., & Marthika, L. D. (2022). Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kabupaten Bungo. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 469–480.
- Ekasari, R., & Putri, TA (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3 (2), 266–277. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>.
- Fajriyah, D., Vindiana, A. P., Rosyidta, A., & Tampubolon, E. S. (2025). Analisis pengaruh variasi produk, desain kemasan, kebersihan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Tamaaman Cake. *Jurnal Ilmiah Refleksi: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 1145–1154.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Gumay, R. N. R., Zaini, A., & Nurtjahjani, F. (2026). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di UMKM Mental Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 515-531.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Andover, Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 92–101.
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102.
- Hanifah, SN, & Anggraini, RR (2025). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Indodimsum Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2 (1), 95-102.
- Harahap, B., Sibuea, S. R., & Ahsyah, M. H. (2023). Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Burger Bunda di Dolok Masihul. *Prosiding Seminar Nasional Teknik UISU (SEMNASTEK) 2023*, Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara, 75–78.
- Hendarto, T., Ermaini, Fatmawati, E., Ismanto, W., Wibowo, T. S., & Tsai, C. H. (2023). The impact of consumer decisions in purchasing foods based on price, product design, location, and store atmosphere. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(2), 286–300. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.02.02>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Hidayat, S., & Suginam, S. (2023). Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap pembelian produk UMKM. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(2), 92–97. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i2.4234>
- Hotimah, H., Firdaus, M., & Amin, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan media sosial terhadap keputusan pembelian. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 2(1), 16–29.
- Jelatu, H., & Widyanuri, N. (2025). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus UMKM di Sentani). *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Perencanaan Pembangunan Daerah*, 3(1), 7–12.

- Kamilah, I., Mufidah, E., & Ghifary, M. T. (2024). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kuliner di Alun-Alun Kota Pasuruan. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 7(1), 61-70.
- Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia. (2025). *Kementerian UMKM sebut 65,5 juta UMKM serap 119 juta tenaga kerja*. <https://www.antaranews.com/berita/4968741/kementerian-umkm-sebut-655-juta-umkm-serap-119-juta-tenaga-kerja>.
- Kim, J. W., Lee, M., Kwon, W., Park, H., & Back, K. J. (2022). Why am I satisfied? See my reviews – price and location matter in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 101, 103111.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Boston: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Harlow, England: Pearson Education
- Laowo, R. J., & Satrianto, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Pada Produk UMKM Di Kecamatan Jatiuwung Kota Tangerang. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 1–8.
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian pada UMKM Jiksau Food. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 264–270.
- Neger, M., & Aorna, H. J. (2025). Influence of social media marketing on consumers' purchasing decision toward the restaurant industry in Bangladesh. *Journal of Business and Economic Development*, 10(3), 147–162.
- Novrianda, H., Lestari, L., & Fitri, M. A. (2024). Pengaruh lokasi, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *REVIEW EKOMBIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 723–732.

- Nurbayan, K., Amelia, R., Nazah, K., Fathoni, M., & Harefa, M. H. (2025). Unlocking buyer intent: How the marketing mix shapes purchasing decisions at Ummah Cahaya Restaurant. *Journal of Business Integration Competitive*, 1(2), 18–30.
- Nurmalasari, L. (2021). Pengaruh social media marketing dan keterlibatan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online (Studi kasus pada UMKM bidang kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288-300.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(01), 41–53.
- Putri, S. W. D. G., & Nilowardono, S. (2021). The influence of brand image, service quality, and social media marketing on purchase decision at restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 251–260.
- Rahmatia, R., & Hakim, A. (2023). Pengaruh promosi media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada konsumen toko Tho Masagena). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4(2), 186-191.
- Sania, S. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng. *STREAMING*, 1(1), 37-47.
- Suganda, U. K., & Arrifianti, I. (2023). Analysis of the drivers of consumer purchasing decisions in the digital era. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(1), 1–11.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihatin, F., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Pak Ndut Kediri. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 1008–1016.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi.

- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Utami, A. D., Artino, A., & Anco. (2025). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Siomay dan Es Sekoteng. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 3(1), 32–42.
- Verinanda, M. R., Maulidan, R., Amilia, S., Gunanjar, I., & Syahputra, R. (2025). Pengaruh Social Media Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*, 15(2), 301-312.
- Wargianto, W., & Wardana, A. E. (2022). The Effect Of Brand Image, Quality Of Service And Location On Purchase Decisions At Other Heart Coffee Stores. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 2465-2474.
- Wibowo, A. A. S. (2024). Pengaruh brand image dan sosial media marketing terhadap keputusan pembelian pelanggan. Universitas Hasanuddin.
- Wikantari, M. A. (2022). Pengaruh pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian dimoderasi oleh kualitas produk. *Jurnal Interdisiplin Ekonomi Syariah Indonesia*, 5(2), 672–686.
- Yulyani, D., Setiawan, B., & Salim, A. (2023). Analisis pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tahu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, 3(1), 59–66.