

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Zuchriadi, Didit Widyanto, Nurfitri Bustamam, Fiora Ladesvita, Fajar Rahayu, & Mutiara Darmawan. (2025). *Pengembangan UMKM 'Inovasi Olahan Lele' di Desa Sukadami Cikarang Selatan dengan Modernisasi Kemasan dan Pemanfaatan Teknologi Digital*.
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang). *Jesya*, 7(1), 68–79. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1336>
- Baihaqi, Ibnu Waliq, Ravindra Safitra Hidayat, & Feby Lukito Wibowo. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Wilayah Bekasi* (Vol. 2, Issue 3).
- Caesar, & Talumantak. (2022). *Open Library*. <https://www.tokopedia.com/blog/menu-chatime->
- Claudia Sidabalok, C., & Sugiyanto. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di *Outfitbycimo*. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 2023(25), 209–226. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10420874>
- Dangi, A., Saini, C. P., Singh, V., & Hooda, J. (2021). Customer perception, purchase intention and buying decision for branded products: measuring the role of price discounts. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 20(2), 194–203. <https://doi.org/10.1057/s41272-021-00300-7>
- Data Perkembangan UMKM di Jawa Timur Tahun 2024*. (2024). Desaproduktif.Id. <https://www.desaproduktif.id/2024/02/data-perkembangan-umkm-di-jawa-timur>.
- Dinas Perikanan dan Peternakan Kab. Ngawi. (2023). *Pembinaan Budidaya Perikanan dan Peternakan Oleh Bupati Ngawi*. <https://dpp.ngawikab.go.id/pembinaan-budidaya-perikanan-dan-peternakan-oleh-bupati-ngawi/>
- Engagement Media Sosial Mampu Meningkatkan Kesadaran Merek UMKM*. (2024). <https://ugm.ac.id/id/berita/engagement-media-sosial-meningkatkan-kesadaran-merek-umkm/>
- Estikowati, Stella Alvianna, Ryan Gerry Patalo, & Syarif Hidayatullah. (2022). *Influence of Product Quality, Price and Promotion on Purchase Decisions on the Marketplace Shopee*.

- Fakultas Ekonomi, & Martini. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Wilayah Bekasi* (Vol. 2, Issue 3).
- Firdaus, L., Amelia, R., Hakim, L., Syarif, U., Jakarta, H., & Selatan, K. T. (2024). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(1), 44–49. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/welfare>
- Gunawan. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Hasan, H. N., & Suciarto, S. (2020). *The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control towards Organic Food Purchase Intention*. In *JMBE Journal Of Management and Business Environment* (Vol. 1, Issue 2).
- Hazrati Havidz, H. B. (2022). *Effect of Price Perception and Service Quality on on Purchase Decisions*. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 3(4), 469–481. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4.1473>
- Hilmy Pratama, G., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 160–170.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kontrak Hukum Buka Cabang Pertama di Surabaya*. (2025). Beritasurabaya.Net. https://beritasurabaya.net/index_sub.php?category=7&id=36984&utm_source
- Lestarini, A. H. (2025). *UMKM Jadi Sektor Andalan, Ini Strategi Jitu Biar Naik Kelas*. Metro Tv News. <https://www.metrotvnews.com/read/koGCdYO2-umkm-jadi-sektor-andalan-ini-strategi-jitu-biar-naik-kelas>
- Maharani, O. N. (2024). *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung*.
- Maulidio, R., & Dwiastanti, A. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada amstirdam coffee di malang*.
- Martani. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Empiris Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Wilayah Bekasi* (Vol. 2, Issue 3).
- Melindawaty, M., & Istikomah, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen

- Kosmetik Emina di Jakarta Selatan). In *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)* (Vol. 2, Issue 1).
- Mochammad Aditya Safar, & Bonifasius MH Nainggolan. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Ruko Muara Karang*.
- Mubarok, A. Z., & Santoso, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Foto Kayu Lukis Pada Bmrsign Wallgallery Lamongan. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(3), 1356–1364. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i3.164>
- Nazmi Wahida. (2025). *6 Cara Efektif Memanfaatkan Media Sosial untuk Promosi UMKM*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/6-cara-efektif-memanfaatkan-media-sosial-untuk-promosi-umkm-2025>
- Nurul Khaira, Farhan Saputra, & Faroman Syarief. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman*.
- Okta Viana, E., Hartati, R., Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, S., & -Indonesia, Y. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian” (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta) (Vol. 3, Issue 2). <http://bappeda.jogjaprov.go.id>
- Objectives of pricing*. (2025). <https://en.wikipedia.org/>
- Palma, K. M., Hapid, H., & Wahida, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Skincare Fenny Frans terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Palopo. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(5), 2729–2737. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i5.3386>
- Philip Kotler, Gary Armstrong, & Marc Oliver Opresnik. (2018). *Principles of Marketing*.
- Podcast Ruang Informasi Kominfo Jatim Diskop UKM Jatim Siap Buat UMKM Naik Kelas. (2024). *Kominfojatim*. <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/diskop-ukm-jatim-siap-buat-umkm-naik-kelas?>
- Purmadani, M. (2024). *DUH! Jumlah UMKM di Jatim Nyaris 10 Juta, tapi Yang Kantongi NIB Hanya 1,5 Juta*. Radarsurabayabisnis.Id. <https://radarsurabayabisnis.jawapos.com/industri-perdagangan/2185061690/duh-jumlah-umkm-di-jatim-nyaris-10-juta-tapi-yang-kantongi-nib-hanya-15-juta>

- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022a). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. In *Akselerasi: Jurnal Ilmiah Nasional* (Vol. 4, Issue 3).
- Rachmat, A., & Sayuti, D. N. (2024). Pengembangan Produk Melalui Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Minat Beli Pada Bangi Cafe Sunset Cpi *Product Development Through Packaging Design To Rise Purchasing Interest At Bangi Cafe Sunset Cpi. Jurnal Administrasi Terapan*, 2.
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., A Lintong, D. C., Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Ch Lintong, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *284 Jurnal Emba*, 10(3), 284–294.
- Salsabilla, S., & Firmansyah, R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Tuku. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(2), 494–499. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/2173>
- Silvana Ginting, E., & Effendi, N. (2021). The Influence of Price, Promotion and Product Quality on Affinois Purchase Decisions. In *International Journal on Social Science, Economics and Art* (Vol. 11, Issue 3).
- Sipakoly, S. (2022). “Price, Product Quality And Promotion On Purchase Decisions” (*Empirical Study On Consumers In Ambon City*). 3(5). <https://doi.org/10.31933/Dijms.V3i5>
- Sugiyono, & Lestari. (2021). *Penelitian Pendekatan Penelitian, Metode A*.
- Syaiful, I. A., Rizal, K., & Sari, A. V. K. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Toko Daring: Peran Faktor Psikologis Persepsi Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 2(2), 194. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v2i2.2296>
- UMKM, R. J. (2025). *Meningkatkan Penjualan UMKM Lewat Strategi Endorsement Bersama Influencer*. <https://umkmjatim.com/2025/04/meningkatkan-penjualan-umkm-lewat-strategi-endorsement-bersama-influencer>
- Utami, R. N., Muslikh, & Oktavia, D. (2024). *The Effect of Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Purchase Intention as Mediating. Marketing and Business Strategy*, 1(2), 80–92. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i2.228>
- Waliq, I., Safitra Hidayat, R., & Lukito Wibowo, F. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap*

- Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Baihaqi Clothing Muslim Tanah Abang Di Jakarta Pusat). *Jimat*, 1(3).
- Wang, C., Liu, T., Zhu, Y., Wang, H., Wang, X., & Zhao, S. (2023). The influence of consumer perception on purchase intention: Evidence from cross-border E-commerce platforms. *Heliyon*, 9(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21617>
- Yane Puspito Sari. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Promosi Pada Aplikasi “FISDOK” Solusi Smart Pelayanan Kesehatan. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(2), 134–145. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i2.193>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>
- Yulianto, A. Y., & Prabowo, R. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 972–982. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1518>
- Yulindasari, E. R., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh *e-WoM* (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal di Shopee. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i1.4293>
- Zahra, F. A., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mujigae. *JAMBURA*, 6(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Zaky, T. M. I., & Putra, A. B. (2025). *The Effect of Promotion, Price Perception, and Service Quality on Purchase Decisions (A Study of Shopee Users in West Jakarta Area)*. *Dinasti International Journal of Management Science*, 6(3), 444–451. <https://doi.org/10.38035/dijms.v6i3.4091>