

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, muhamad al faruq, Sani, I., & Febrian, wenny desty. (2025). *manajemen pemasaran*. eureka media aksara.
- Abriansyah, & Herry, N. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima Abriansyah,. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 115–123.
- Anggraini, A. B. (2022). pengaruh Harga, physical evidence, dan lokasi terhadap keputusan pembelian mie gacoan surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1).
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.
- Arianto, B. (2018). *manajemen pemasaran jasa*. deepublish.
- Ariyanto, A. (2023). *manajemen pemasaran*. widina bhakti persada bandung.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v1i1.12>
- Assauri, S. (2015). *manajemen pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Boyd, walker, L. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*.
- Daniella, V. R. B., Hakimah, N. E., & Ratnanto, S. (2023). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Wage Tulungagung. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 1492–1501. <https://doi.org/10.29407/12021a06>
- Fauzan, M. (2025). *Jumlah UMKM Indonesia Capai 66 Juta pada 2023*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-umkm-indonesia-capai-66-juta-pada-2023-CN6TF>
- Ghozali. (2018). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Gitosudarmo, I. (2018). *manajemen pemasaran*. BPFE.
- Go’o, H., Roring, F., & Poluan, G. J. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Di Coffee Shop “Sesuai Titik.” *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 15(10).

- Hanifah, siti nurul, & Anggraini, R. (2025). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Indodimsum Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi*, 2(1), 95–102. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Harahap, N. A., & Tambunan, K. (2022). 228-235+Umkm+Dan+Pembangunan. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, Vol. 2(2), 228–235.
- Hidayat, muhammad rajib, & Farhani, A. (2025). pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di mm food court kabupaten tabalong. 8, 659–669. <https://doi.org/10.35722/japb>
- Hidayat, A. R., & Pudjoprastyono, H. (2023). *The Effect of Promotion , Brand Image , and Service Quality on Purchasing Decisions for Garuda Indonesia Airline Tickets*. 3(5), 1495–1512.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian* (I). Rajawali Pers.
- Isnardono, Niasri, L., Wiyanto, E., & Setya Oktaviano, F. (2025). Peran Kualitas Pelayanan dan Harga dalam Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret HO Pantai Indah Kapuk (*The Role of Service Quality and Price in Shaping Consumer Purchase Decisions at Indomaret HO Pantai Indah Kapuk*). 2(1). <https://jurnal.universitaskabupaten.ac.id/index.php/jurnal-fia-unija>
- Karim, A. (2023). *The Influence Of Location On Purchase Decisions Through Increasing Sales Volume*. 6(3), 3191–3205.
- Karundeng, V. A., Soegoto, A. S., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 702–711. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36506>
- Komara, A. M., Kartini, T., & Gumelar, A. T. (2024). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Trisna Naga Asih Di Kecamatan Cijambe Kabupaten Subang. *The World of Business Administration Journal*, 5(2), 82–89. <https://doi.org/10.37950/wbaj.v5i2.1891>
- Kotler, P. (2019). *manajemen pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing* (17th ed.). pearson.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2018). *marketing management*. pearson.
- Lapiana, wisda A. (2024). Puspasiliwangi dan Puspapelangi Akan Menjadi Wajah Baru Kota Kuningan - Bingkai Warta. Bingkaiwarta. <https://bingkaiwarta.co.id/puspa-siliwangi-dan-puspa-pelangi-akan-menjadi-wajah-baru-kota-kuningan/>

- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, stephen k. (1990). Adequacy of sample size in health studies. *Statistics in Medicine*, 9(11), 1382–1382. <https://doi.org/10.1002/sim.4780091115>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2018). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. pearson.
- MARDIATMOKO, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulana, M. M., & Diem, C. Z. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 254–267. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803>DOI:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7803>
- Monica, S. tia, & Triyanto, F. A. (2025). Digital Service Quality and Purchase Decision in a Case Study of Cafeteria Labbis-Polban, Bandung-Indonesia. *International Journal Administration, Business & Organization*, 6(1), 18–26. <https://doi.org/10.61242/ijabo.25.456>
- Mujiburrahman, Annisa, N., Fazira, I., & Fonni, N. (2024). *The Influence Of Service Quality And Promotion On Consumer Purchasing Decisions At Rumoh Tuha Coffee And Roastery Bireuen*. 2(1), 1823–1832.
- Muniarty, P. (2022). Manajemen pemasaran: Definisi Manajemen Pemasaran. In *Liberty, Yogyakarta*. (Issue februari). Pt. global eksekutif teknologi.
- Musfar, tengku firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. media sains.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54. <https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukm mart Kartika widya Utama. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1154–1170.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 Tentang

- Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 1 (2021).
- Polla, febriano clinton, Mananeke, L., & Taroreh, rita n. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Pransiska, R., Munawar, A. H., Nurjanah, D. S., & Hadiani, D. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Dinol Ollshop Kota Banjar. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 9(1), 47–53.
- Prasetyo, T. (2025). Pengaruh Promosi , Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' sas Cafe & Resto Kalianda. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2225>
- Prianggoro, N. F., Student, M. M., Indonesia, J., Decisions, P., & Quality, S. (2019). *Effect of service quality and promotion on purchase decisions and their implications on customer*. 6(3). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3251747>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Purnomo, E., & Puguh Martomo, Y. (2024). Evaluasi Kebijakan Penataan Pkl Oleh Pemerintah Kota Surakarta di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(2), 517–523. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i2.1035>
- Putri, M. A., & Saputro, E. P. (2025). Pengaruh Promosi dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Melalui Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 1–14. <https://doi.org/10.17509/jimb.v16i1.81402>
- Rahayu, D. S. (2024). *The Influence of Promotion and Product Quality on Purchasing Decision*. 288(May 2023). <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3>
- Rahmah, A., Pauzy, D. M., & Irawan, I. A. (2025). *Pengaruh Promosi , Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Toko Azad di Kawasan Pertokoan Cihideung Tasikmalaya) The Influence Of Promotion , Location And Service Quality On Purchase Decisions (Survey Of*

- Consume*. 1(2), 69–80. <https://doi.org/10.70963/ibm.v1i2>
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtisa Dequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Rifai, M., Zulpawati, Z., & Pratiwi, I. K. (2025). Influence Of Service Quality On Repurchase Decisions With Customer Satisfaction As An Intervening Variable (Case Study Of Coffee Shop Customers In Mataram City). *IQTISHADUNA*, 16(1), 27–40. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v16i1.13656>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Saota, sumarni, Buulolo, progresif, & Fau, S. H. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ud. Trialvela Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 135–142. <https://www.jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/231>
- Saputra, mohamad dextra. (2023). *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen Toko Buah Sentral Fresh, Jamanis Tasikmalaya)*. 1(3), 304–317. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.488>
- Saputra, B., & Tuti, M. (2022). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Peran Lokasi, Promosi, dan Kualitas Layanan pada Koi Mega Kuningan. *Jurnal Human Capital Development*, 9(3), 1–11.
- Septiyanti, F. M., & Andriani, N. (2025). Systematic Literature Review: the Effect of Promotion on Purchasing Decisions with Trust as Mediation. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 4(3), 955–966. <https://doi.org/10.55927/fjas.v4i3.83>
- Subakti, R. P., Nathasya, S., & Sitepu, B. (2025). *The Impact of Price , Promotion , and Location on Purchasing Decisions in The Shopee Marketplace : The Mediating Role of Purchase Intention*. 5(2), 149–163. <https://doi.org/10.35313/ijem.v5i2.6497>
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono, 2018. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue January).
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.

- Suharto. (2016). Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial Dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. *Derivatif*, 10(1), 26–44.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2014). *strategi pemasaran*. andi offset.
- Tjiptono, F. (2015). *manajemen pemasaran* (2nd ed.). andi offset.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *keputusan pembelian konsumen*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Wulandari, V. D., & Rahadhini, M. D. (2025). *Pengaruh Kual Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian A . Teori Manajemen Pemasaran*. 2(September).
- Yoanita, E., Kusumaningtyas, D., & Kurniawan, R. (2025). *Pengaruh lokasi, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian di toko fashion clarissa kediri 1),2),3).* 4, 977–985.