

DAFTAR PUSTAKA

- Alberto, K. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Performa*, 4(4), 634–644. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1677>
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (13th ed.). Alfabeta.
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: planning dan strategy* (Cetakan II). Qiara Media.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Aziz, M., Amir, H., Kadori, H., Rahayu, V. P., & Rahayu, V. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Generasi Knalpot. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.30872/prospek.v4i1.1321>
- Creswell, & Clark. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods rearsch* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). 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>
- Dwi Putri Ayu Nastiti. (2021). PENGARUH CITA RASA, STORE ATMOSPHERE DAN CELEBRITIES ENDORSEMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi kasus di Restoran Rockstar Audos, Jakarta Timur). *Repository.Stei.Ac.Id*.
- F, B. E., & C, E. M. (2019). *Financial Management: Theory & Practice* (16th ed.). Cengage Learning.
- Fandy Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi.
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Kegagalan dan Keberhasilan dalam Kewirausahaan*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=1AP5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=kewirausahaan+kewirausahaan&ots=RfWnHzDIGi&sig=BiWCLzEH141U9D6C649qpReKBYy>
- Ghassani, N. A., Chandra, Y. E., & Rosalina, E. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan UMKM Dalam Menghadapi Covid-19 Di Kota Bogro*. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/9837/3/Nurshabrina> Alin_ABT 8A_Jurnal Penelitian 2022.pdf
- Gunawan, M., Tri Yusnita, R., & Putri Lestari, S. (2022). Minat Beli Ulang Produk Starbucks Ditinjau dari Cita Rasa dan Persepsi Harga (Survei pada Konsumen Starbucks di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 204–207.

- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Halimah, & Murniaty. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Manajemen Koperasi Terhadap Keberhasilan Toko Koperasi Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 272.
- Hardani, & Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Heppy Agustiana. (2020). Implementasi Digital Marketing Dan Keunggulan Bersaing Untuk Mendukung Keberhasilan Umkm Di Kota Bandung. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 6(2), 89–99. <https://doi.org/10.38204/jrak.v6i2.398>
- Indrawati, H., Johan, V. S., & Riau, U. (2023). *MELALUI INOVASI PENGEMASAN PRODUK DAN*. 5, 1–9.
- Irma, Wili Aprilia, S., Razak, A., Mustofa, A., Aceh City, B., Syiah Kuala, U., & Aceh, B. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Omset Penjualan Pada Pelaku Usaha Kue di Kota Banda Aceh The Influence Of Digital Marketing On Sales Turnover Of Cake Businesses In*. 9, 60–66. <http://journal.umpalangkaraya.ac.id/index.php/>
- Jonathan, K. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Kero Apparel*. Universitas Pelita Bangsa.
- Keller, P. M. K. L. ., & Hansen, B. G. . (2019). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In *Manajemen Pemasaran: Dasar dan Konsep*.
- Kotler, Philip & keller, K. lane. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 13 jilid 2). Erlangga.
- Kotler, & Amrstrong. (2018). *Global Management Marketing* (13 jilid 2). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018a). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh* (Salemba Empat (ed.)). Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018b). *Prinsip-prinsip pemasaran, edisi 12 jilid 2*. Erlangga.
- Kotler, P. dan A. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (7th ed.). Salemba Empat.
- Kotler, P. dan G. A. (2019). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (Bob Sabran (ed.); 12 jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1 & 2*. PT Indeks.
- Kurniawan, H. D. (2018). PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 1–26.
- Kurniawati, E., Saddewisasi, W., & Widowati, S. Y. (2020). Strategi Peningkatan Omset Penjualan Bagi Pedagang Pasar Bulu Setelah Renovasi. *Adbis: Jurnal*

- Administrasi Dan Bisnis*, 14(1), 40. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v14i1.87>
- Kusumaningrum, F. D., & Supradewi, R. (2019). Pengaruh warna cangkir terhadap persepsi cita rasa minuman kopi pada mahasiswa angkatan 2018 fakultas psikologi universitas islam sultan agung semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU)* 2, 2004, 409–419. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuhum/article/view/8158>
- Laksono. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Deepbulish.
- Melda, Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Program Studi Manajemen. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149.
- Ni'matuzahroh, & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. UMM Press.
- Noor. (2018). *Ekonomi Manajerial*.
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT . Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1).
- Putra, S. (2021). Peningkatan Omset Penjualan Disertai Pemanfaatan Media Sosial Untuk Menunjang Keberhasilan Usaha UMKM. *JURNAL DARMAWULAN*.
- Putri, P. P., & Rizal, N. A. (2019). Pengaruh Inflasi , Nilai Tukar , Harga Emas , Dan Harga Minyak Terhadap Indeks Harga Saham Jakarta Islamic Index Periode 2012-2016. *Jurnal ISEI Accounting Review*, 1(1).
- Putri, S. D., & Arifiansyah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Auto Service Cempaka Baru. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1), 1–16.
- R, G., & N, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen umkm ikan Lele Di Desa purwodadi kecamatan pagar merbau. *UMSU*.
- Raoudha Puspita, & Zulkarnain, M. (2019). Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sumut Cabang Binjai. *Juni*, 4(1), 2579–6445.
- Resky, D. (2022). Keputusan pembelian minuman gelas Ale-Ale. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 3(1), 38–48.
- Rohmatul Kamalia, A., & Ridwan Basalamah, M. (2022). Digital Marketing Shopee, Media Pomosi Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Omset Penjualan (Studi kasus pada penjualan Bykris Beauty). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN* , 35–46. www.fe.unisma.ac.id

- Rustiawan, R. K. (2022). *Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Perusahaan Smooth Cheese Tea Tasikmalaya)*. 1(3), 1–6.
- SA'ADHA, U. M. U. (2019). ... *Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Pembeli Rumah Griyo Taman Asri Sidoarjo Yang Berdampak Pada Omset Penjualan*. 1–19.
<http://repository.stiemahardhika.ac.id/id/eprint/2144%0Ahttp://repository.stiemahardhika.ac.id/2144/3/15211379> - JURNAL UMU SA%27ADHA.pdf
- Sandalayuk, D., Kannapadang, D., & Matasik, A. L. (2023). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan Kopi Toraja. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 124–136. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2857>
- Santika, A. N., Pauzy, D. M., & ... (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citarasa terhadap Kepuasan Konsumen: Survei pada Konsumen M'DI Coffee In Cafe Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah ...*, 1(11), 3876–3880.
<http://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/850%0Ahttp://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/download/850/781>
- Sari, I. P., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh Lokasi Usaha Dan Penetapan Harga Terhadap. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(3), 118–125.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. In Media.
- Sinaga, R. A. (2019). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kuliner di Pajak USU Jalan Jamin Ginting Kota Medan, kripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14175>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sumardhi, A., & Laily, N. (2018). Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha pedagang etnis cina dan jawa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–16.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Journal of Chemical Information and Modeling.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Svetlana. (2018). *What is The Definition of Succes In Business*.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Metode Penelitian.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi.
- Tritjahjo. (2019). *Ragam Dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Satya Wacana University Press.

- Wilujeng, M. R. (2022). Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UMKM Muzada Madu Desa Puhsarang Kecamatan Semen Kabupaten Kediri). *Etheses.Iainkediri.Ac.Id.*,
- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Zulfikar, R. (2020). The Role of Market Orientation and Innovation Capability to Create Superior Value. *Proceedings of the International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities – Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)*, 112, 75–80. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200108.019>