

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman. (2014). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. kampus.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.  
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Adminkoperasi. (2023). *Syarat Jadi Negara Maju, Indonesia Harus Punya Pengusaha Minimal 4% Dari Jumlah Penduduk*. Koperasi.Kulonprogokab.Go.Id.  
<https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/1298/syarat-jadi-negara-maju-indonesia-harus-punya-pengusaha-minimal-4-dari-jumlah-penduduk#:~:text=Maupun Tidak Langsung-,Syarat Jadi Negara Maju%2C Indonesia Harus Punya,Minimal 4%25 Dari Jumlah Penduduk>
- Anita, & Wulandari. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Aisy Drink Kota Bima. *Journal MISSY*, 2(2).
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.  
<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49.  
<https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>
- Astuti, R. E., & Astuti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Cita Rasa dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Cake Boss di Delta Sari Indah Waru Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(3), 1–10. <https://doi.org/10.47134/innovative.v2i3.5>
- Atteng, S. P., Maria, F., Nana, A., Kamila, R., Aliyyatussaadah, I., & Setio, R. (2021). Tren Kuliner Seblak Sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Masyarakat di Era Milenial. *Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(3), 8–13.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>

- Bintang Ulta Mahardika, H. P. (2022). Pengaruh Media Sosial, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Brand Erigo di Kota Madiun. *Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi(SIMBA)*, September, 1–14.
- Bintarti, S. (2021). Keputusan Pembelian : Citra Merk, Cita Rasa dan Harga Consumer Purchase Decision: Brand Image, Taste and Price. *Pelita Ilmu*, 15(01), 7–16.
- BPS-Indonesia. (2023). *Statistik Penyedia Makan Minum 2021*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/07/18/b7439b2db9b878d623830f0b/statistik-penyedia-makan-minum-2021.html>
- BPS - Indonesia. (2022). *Statistik Penyedia Makan Minum 2020*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/06/15/73d93fd0f16f665fe3b60f56/statistik-penyedia-makan-minum-2020.html>
- BPS - Indonesia. (2023). *Statistik Penyedia Makan Minum 2022*. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/22/1f688af1ba26ff02e07679ac/statistik-penyedia-makan-minum-2022.html>
- Cindy Mutia Annur. (2022). *Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Oktober 2022)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022#:~:text=No.&text=Menurut laporan We Are Social,dengan pengguna terbanyak di dunia>
- 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>
- Dr. Indra Prasetia, S.Pd., M.Si., Ciq. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. [https://books.google.co.id/books?id=CaeBEAAAQBAJ&pg=PT60&dq=skala+likert+digunakan+untuk+mengukur+apa+saja&hl=id&newbks=1&newbks\\_redir=0&source=gb\\_mobile\\_search&sa=X&ved=2ahUKEwjrgd-4g5qCAxWu1jgGHY5aDfYQ6wF6BAgOEAU#v=onepage&q=skala likert digunakan untuk](https://books.google.co.id/books?id=CaeBEAAAQBAJ&pg=PT60&dq=skala+likert+digunakan+untuk+mengukur+apa+saja&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&sa=X&ved=2ahUKEwjrgd-4g5qCAxWu1jgGHY5aDfYQ6wF6BAgOEAU#v=onepage&q=skala likert digunakan untuk)
- Drummond & Brefere. (2010). *Buku Ajar Ahli Gizi*. perpustakaan.
- Fahlevi, R. (2023). *GASSKEUN! JAJAN SEBLAK ALA PRASMANAN DI NANGKRING SEBLAK*. Ravahlevi.Com. <https://www.rafavlevi.com/2023/03/out-of-box-jajan-seblak-ala-prasmanan.html?m=1>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. kampus.
- Hasan, S. W., Nur, Y., & Bahasoan, S. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti Bakar Yappay Di Sungguminasa. *Nobel Management Review*, 4(1), 131–141. <https://doi.org/10.37476/nmar.v4i1.3895>
- Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., & Aswar, N. F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Ramah Lingkungan Generasi Milenial Dan Generasi Z. *Journal of Education and Culture*, 2(1), 64–70.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2021). *No Title*. 44–65.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2023). *1, 2 1,2*. 9(9), 197–206.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Juliani, T. G. (2023). Pengaruh Lokasi , Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak. *Mirai Management*, 8(2), 249–259.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i2.795>
- Khatib, F. (2016). *The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region*. kampus.
- Kompas.com. (2023). *Orang Indonesia Internetan Lebih dari 7 Jam Sehari*. Kompas-Com.Cdn.Ampproject.Org. <https://amp.kompas.com/tekno/read/2023/02/14/14020097/orang-indonesia-internetan-lebih-dari-7-jam-sehari-paling-sering-buka-wa-dan-ig>
- Luisa Zhou. (2023). *Satistik Tinjauan Online: Daftar Definitif data 2023*. Uisazhou-Com.Translate.Goog. [https://www-luisazhou-com.translate.google/blog/online-review-statistics/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://www-luisazhou-com.translate.google/blog/online-review-statistics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)
- Lukito, W. A., & Fahmi, D. L. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90–95.
- Manajemen.uma. (2022). *Perkembangan UMKM di Indonesia*. Fakultas Ekonomi

& Bisnis Universitas Medan Area.

<https://manajemen.uma.ac.id/2022/12/perkembangan-umkm-di-indonesia/>

- Masitoh, R. D. S., & Sri W H, M. A. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Crispi Jamur Bobby'z di Desa Sukorejo Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. *ADILLA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(2), 80–91. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i2.3268>
- Moleong. (2002). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kampus.
- Muhammad, A. I. (2023). *Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Plaza Asia Tasikmalaya*. 2(4).
- Mustika, D., Sandini, D., Reswara, U. A., Adhirajasa, U., & Sanjaya, R. (2023). *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa Vol. 5 No. 1 Mei 2023*. 5(1).
- Nabilah. (2023). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/UMKM di Indonesia Berdasarkan Kelasnya (2021)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>
- Nabilah Muhamad. (2023). *Proporsi Konsumen yang Bertransaksi di E-Commerce Berdasarkan Kategori Produk (2022)*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/16/pulsa-dan-voucher-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-konsumen-di-e-commerce>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pangestu, I. R., Febriyanti, A., Pratiwi, A. G., & Pramesti, A. D. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Pembelian Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen Terhadap Keputusan*. 6(2), 711–718.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- R.R Wening Ken Widodasih. (2023). The Effect of Price, Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions at UMKM Baso Aci Mba Pit in Jonggol. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(6), 1073–1080.

<https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i6.4656>

- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v5i1.1007>
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. kampus.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181–1187. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36108>
- RR. Wening Ken & Alfira Lianita. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen GoFood. *Manajemen*, 13 No 1 Ju. [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=wening+ken+widodasih&oq=#d=gs\\_qabs&t=1701088270195&u=%23p%3DRAZIAK6S54EJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=wening+ken+widodasih&oq=#d=gs_qabs&t=1701088270195&u=%23p%3DRAZIAK6S54EJ)
- Sarnita Sadya. (2022). *Apa Media Sosial yang Kerap Dipakai Belanja Online di Indonesia?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/apa-media-sosial-yang-kerap-dipakai-belanja-online-di-indonesia>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. kampus.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. kampus.
- Supriyadi. (2014). *Menjadi Miliader dari Bisnis Properti*. kampus.
- Suryani, Tambunan, K., & Silalahi, P. R. (2022). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Study Kasus: Skincare Wardah. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 72–77.
- Suwardi, A., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kimber (@kimbershoes). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 114–156.
- Syaiful Anam, Husna Nashihin, A. T. (2023). *Metode Penelitian (Kualitatif, kuantitatif, Eksperimen, dan R&D)*. books google.
- Taebenu, T. E. (2023). *Pelaksanaan Tugas-Tugas Apron Movement Control Dalam Keterbatasan Jumlah Personil Di Bandar Udara Internasional Raja Haji Fisabilillah Tanjungpinang*. 1(4), 290–302.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*.

- Ubaidillah, M. (2023). *Jumlah UMKM di Indonesia Banyak, Kenapa Sedikit yang Naik Kelas?* SWA Online. <https://swa.co.id/swa/trends/jumlah-umkm-di-indonesia-banyak-kenapa-sedikit-yang-naik-kelas>
- Wahyuni, E. T. (2020). Flypaper Effect Pada Pendapatab Asli Daerah Dan Dana Alokasi Umum Terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Daerah Di Indoensia Pada Tahun 2018 Flypaper Effect on Original Regional Income and General Allocation Funds Towards the Allocation of Regional Expen. *Skripsi STIE Indonesia Jakarta*, 32–41. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2227>
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yasa, I. P. G. S., Suartina, I. W., & Pratiwi, K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(3), 459–472.
- Yogesh, funde, & Yesha, M. (2014). *Effect of Social Media on Purchase Decision*. kampus.
- Yudi Kurniawan, K., & Albari, A. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 52–66. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.566>
- Yufa, N. I. H., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Relationship Marketing , Kualitas Pelayanan , Dan Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitias Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 614–626.
- Yusuf Abdhul Azis. (2023). *Desain Penelitian: Pengertisn, Macam dan Contoh*. Deepublishstore.Com. <https://deepublishstore.com/blog/desain-penelitian/>
- Zuriat. (2019). Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Metode Penelitian*, 15(2), 1–23.