

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, Ummul dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Aisyah, Lisda. 2023. "Pengaruh Brand Image Dan Product Design Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Ayu Di Kota Banjarmasin." *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)* 12(1):33–45. doi: 10.24269/mjse.v12i1.6687.
- Al-muzanni, Romadhon. 2020. "Pengaruh Brand Heritage Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Pada Brand Trust Dan Brand Loyalty (Kasus Pada Konsumen Teh Botol Sosro)." Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.
- Alaydrus, Acai Sudirman &. Syafika. 2020. *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. 1st ed. Bandung: Widina Media Utama.
- Alifia Dhea Nur Insani, Sudarwati, Fithri Setya Marwati. 2023. "Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Keragaman Produk Merek Hanasui Di Sukoharjo." *Edunomika* 07(02):1–8.
- Andrat, Hery Erdi. 2024. *Mengoptimalkan Interaksi Untuk Membangun Ekuitas Merek Yang Berkelanjutan*. 1st ed. edited by N. Duniawati. Indramayu: Penerbit Adab.
- Anoraga, Bhirawa, and Anwar Rahim. 2025. "Pengaruh Labelisasi Halal , Harga , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sabana Fried Chicken Di Kota Bogor." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 7(2):1760–71.
- Aprilya, Nurul Wahida, Idris Parakkasi, and Sudirman. 2024. "Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam." *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah* 4(2):2020–25.
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani. 2023. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1(2):1–9. doi: 10.61104/ihsan.v1i2.57.
- Audina, Mia, Rita Yunus, Calvin A Parinding, and M. Anwar Nasruddin. 2024. "The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises in Improving Community Welfare." *Golden Ratio of Data in Summary* 4(1):81–89. doi: 10.52970/grdis.v4i1.516.
- Azizah, Nuril, Yani Dahliani, and Bagus Qomaruzzaman Ratu Edi. 2023. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda Scoopy Di Kecamatan Mayang Jember." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Keuangan* 4(1):93–107.
- Christiana, E., et al. 2022. "Legendaris Sebagai Strategi Bertahan UMKM Di Era

- Digital.” *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(3):112–25.
- Christiana, Irma, Rahmad Bahagia, Linnzy Pratami Putri, and Reyza Suwanto Sitorus. 2022. “Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan Umkm.” *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)* 3(1):100–108. doi: 10.53695/js.v3i1.700.
- Christiani, Jennifer. 2022. “Analisa Strategi Bauran Pemasaran 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Usaha Prol Tape Sari Madu Jember Dalam Meningkatkan Volume Penjualan.” *Jurnal Jaman* 2(3):16–23.
- Clara, Catharina. 2002. “Buletin Ekonomi Customer Brand Relationship : Peran Brand Love Terhadap Brand Commitment Dan Positive Word Of Mouth Buletin Ekonomi.”
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Jakarta: Guepedia.
- Darmawansah. 2025. *Strategi Pemasaran*. 1st ed. edited by S. M. Ali. Purbaligga: Eureka Media Aksara.
- Dawis, Aisyah Mutia, Yeni Meylani, Nono Heryana, Muhammad Ali Mursid Alfathoni, Eka Sriwahyuni, Rida Ristiyana, Yeni Januarsi, Puji Astuti Wiratmo, Sunita Dasman, Sri Mulyani, Alamsyah Agit, Shoffan Shoffa, and Yongker Baali. 2023. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Elisa, Juni, Br Hasibuan, and Meisa Fitri Nasution. 2026. “Amkop Management Accounting Review (AMAR) The Influence of Promotion Strategies and Pricing on Consumer Purchase Decisions at Toko Grosir Sembako Jasa Niaga Marbau Labuhanbatu Utara.” *Amkop Management Accounting Review* 6(1):895–904.
- Evadine, Rebecca, and Yusuf Ronny Edward. 2023. “The Effect Of Marketing Mix Strategy In Influence Consumer Decisions at Pos Indonesia (Persero) Medan.” *Journal of Marketing Theory and Practice* 12(2):1–16.
- Firman, Ahmad. 2022. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah.” *Jesya* 5(2):1549–62. doi: 10.36778/jesya.v5i2.773.
- Gunarsih, Cindy Magdalena, Johny A. F. Kalangi, and Lucky F. Tamengkel. 2021. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.” *Productivity* 2(1):69–72.
- Haikal Ayasya Isfansyah, Arry Widodo. 2021. “Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat) Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan.” *Jmbi Unsrat* 8(1):32–49.
- Hariawan, Ferry, Nashrudin Latif, Christina Menuk Sri Handayani, and Evita Purnaningrum. 2020. “Pelatihan Aspek Marketing Mix Pada Pelaku Usaha Bonggolan Di Desa Pengulu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik.” *Ekobis*

- Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(1):26–31. doi: 10.36456/ekobisabdimas.1.1.26-31.2337.
- Hidayat, R., & Susanto, B. 2021. “Pengaruh Karakter Legendaris Famili Bisnis Terhadap Loyalitas Konsumen UMKM.” *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 23(2):145–56.
- Hidayat, Rachmad. 2021. “Faktor-Faktor Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjay Madura).” *Journal of Industrial Engineering & Management Systems* 9(2):77–95.
- Hidayat, Taufiq. 2011. “Usaha Nasi Bungkus Itik Gambut (Studi Terhadap Rumah Makan Tenda Biru).” Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Ismail Nurdin, Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: MEDIA SAHABAT CENDEKIA.
- Kotler, Philip. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. 9th ed. Jakarta: PT. Index.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: salemba empat.
- M, Yaumil Maulani, Aep Saepudin, Eko Surbiantoro, Prodi Pendidikan, Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, and Universitas Islam Bandung. 2023. “Implikasi Pendidikan Dari QS . Al-Furqan Ayat 67 Dan QS . Al- A ’ Raaf Ayat 31 Tentang Sikap Terhadap Harta Dalam Upaya Menghindari Perilaku Israf.” *Islamic Education* 3(2):561–66.
- Maharani, Nabila Putri. 2024. “Pengaruh Customer Satisfaction Dan Consumer Brand Relationship Pada Future Intention Berbasis Optimal Experience Theory.” Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Mahyarni. 2022. “Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior.” *Manajemen* 3(1):11.
- Mamonto, Tumbuan, and Rogi. 2021. “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9(2):110–21.
- Mardiyana, Dienesti Aurelia, and George Nicholas Huwae. 2025. “Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora Strategi Word of Mouth UMKM Tumpang Mbak Painem Untuk Brand Awareness.” *Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora* 07(03):542–58.
- Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Dkk. 2023. *Metode Ilmiah Dan Penelitian*. 1st ed. sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Mujito. 2025. *Strategi Pemasaran (Product, Price, Place and Promotion)*. 1st ed. edited by N. D. Wulandari. Yogyakarta: SELAT MEDIA PATNERS.
- Nuriefandi, Alwy. 2019. “Pengaruh Karakteristik Generasi Y Terhadap Loyalitas

Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Tasikmalaya.”

- Nursal, Adman. 2022. “Brand Heritage: Telaah Identitas Merek Dan Persepsi Konsumen.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani* 3(2):48–70. doi: 10.51353/jmbm.v3i2.559.
- philip kotler, Amstrong. 2001. *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Pohan, Arfah Azhariah. 2024. “Analisis Faktor Minat Membeli Produk Pakaian Bekas Oleh Masyarakat Kelurahan Pijorkoling Kota Padangsidempuan.” Universitas Islam Negeri Syek Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
- Rahim, Endang, and Roni Mohamad. 2021. “Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah.” *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2(1):15–26. doi: 10.54045/mutawazin.v2i1.234.
- Rina, Erika Sinaga, Nursapia Harahap, and Hasan Sazali. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Di Ud Family Bakery Dalam Meningkatkan Minat Beli Masyarakat Di Tanjungbalai.” *JISOS Jurnal Ilmu Sosial* 2(8):1935–42.
- Silamat, Eddy, and Elli Sulistyaningsih. 2025. “Analisis Strategi Pemasaran Digital Berbasis Komunitas Lokal Terhadap Keberlangsungan Usaha Kuliner Tradisional Di Indonesia.” *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan* 4(01):64–75. doi: 10.58812/sek.v4i01.
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Soduk. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. 1st ed. edited by Ayup. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofiah, Murni, Sri Ramadhani, Nur Ahmadi, and Bi Rahmani. 2023. “Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis and Place) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Analysis of the Influence of the 4p Marketing Mix (Product , Price , Promotion , Place) on Purchasing Decisions in Msme.” 16(2):122–41.
- Subhaktiyasa, Putu Gede. 2024. “Menentukan Populasi Dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.” *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 9:2721–31.
- Suriani, Nidia, Risnita, and M. Syahrani Jailani. 2023. “Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1(2):24–36. doi: 10.61104/ihsan.v1i2.55.
- Suryati, Lili. 2024. “The Relationship Between Brand Reputation and Risk Perception on Customer Purchasing Decisions on E-Commerce Platforms.” *Siber International Journal Of Digital Business* 2(2):129–37.
- Syarifuddin, Silvya L. Mandey, and Willian J. F. A. Tumbuan. 2022. *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*. 1st ed. edited by J. B. Maramis. Yogyakarta: CV. ISTANA AGENCY.

- Syihab, Hansel, and Joni Iswan. 2025. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Kedai Kopi Benawa Kota Palembang." *Jurnal Manivestasi* 7(2):150–61.
- Teguh, Stefany Felicia, Hartzen Fritz Tjahjono, and Irra Chrisyanti Dewi. 2025. "Analisis Pengalaman Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan , Promosi Instagram , Dan Lokasi : Studi Kualitatif Di Kwasong Café." *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4(4):3349–56.
- Theodora, Aerish, Budi Sentoso, Aerith Theodora, Budi Sentoso, Cynthia Kamal, Febby Yen Gunawan, Nathania Gracia Christabella, and Wina Hudoyo. 2024. "Memperkuat UMKM Di Pasar Kuliner: Identitas Merek Dan Inovasi Pemasaran Digital Untuk Haochi Bites Strengthening Msmes in The Culinary Market : Brand Identity And Digital Marketing Innovation For Haochi Bites Universitas Multimedia Nusantara , Tangerang." *Jurnal Aksi Sosial* 1(4):186–98. doi: [I:https://doi.org/10.62383/aksisosial.v1i4.964](https://doi.org/10.62383/aksisosial.v1i4.964).
- Ulandari, Ofiana. 2023. "Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Efektivitas Marketing Mix 4P Terhadap Penjualan BUMDes ' Sumber Rejeki ' Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung." *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 4(1):183–95.
- Wang, Haiyan, Lingrong Lin, Honghai Wang, Xiaoye Jin, and Chenhan Ruan. 2025. "From Images to Words: How Packaging Style Affects Brand Preference in Heritage Food." *MDPI* 14(3858):1–23. doi: doi.org/10.3390/foods14223858.
- Wiedmann, Klaus Peter, Nadine Hennigs, Steffen Schmidt, and Thomas Wuestefeld. 2011. "Drivers and Outcomes of Brand Heritage: Consumers' Perception of Heritage Brands in the Automotive Industry." *Journal of Marketing Theory and Practice* 19(2):205–20. doi: [10.2753/MTP1069-6679190206](https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190206).
- Wulandari, Catur, and David Efendi. 2021. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Neraca Peradaban* 1(2):128–35.
- Yeni Amaliya, Nursaid, Nurul Qomariah. 2025. "Pengaruh Penerapan Marketing Mix (4P) Terhadap Volume Penjualan Produk Mie Jebew Pak Dayat Jember." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* 4(2):227–37.