

DAFTAR PUSTAKA

- Adiati, m. P., levyta, f., & wahyuningtias, d. (2019). Pembuatan dodol sebagai atraksi wisata di perkampungan budaya betawi setu babakan. Studi kasus : dodol nyak mai di perkampungan budaya betawi setu babakan.
- Afif, m., suminto, a., & mubin, a. F. (2021). Pengaruh promosi media sosial dan *word of mouth* (wom) terhadap keputusan pembelian konsumen (studi di toko buku la tansa gontor). *Journal of islamic economics (joie)*, 1(2), 1–23.
<https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3206>
- Ali, m. M., hariyati, t., pratiwi, m. Y., & afifah, s. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *Education journal*.2022, 2(2), 1–6.
- Amin, m., sudarwati, & maryam, s. (2019). Analisis pengaruh inovasi produk, orientasi pasar, keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran di sentra industri mebel desa sembungan, 03(02), 501–510.
- Amri, s., hafizin, fariantin, e., satriawan, nursanty, i. A., syakbani, b., ... bairizki, a. (2022). *Pengantar ilmu manajemen*. (ahmad bairizki, ed.). Seval literindo kreasi.
 Retrieved from
https://books.google.co.id/books?id=x_hjeaaaqbaj&dq=ilmu+manajemen&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Ardani, w. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap perilaku konsumen, 2.

- 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. Retrieved from <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/12>
- Aryoni, a., eldine, a., & muniroh, l. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. *Manager: jurnal ilmu manajemen*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i2.2557>
- Bakti, u., hairudin, & setiawan, r. (2021). Pengaruh harga, personal selling, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian motor pada dealer pt. Yamaha putera langkapura, 1(1), 1–16.
- Br marbun, m., ali, h., & dwikoco, f. (2022). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian terhadap pembelian ulang (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Budiman, et al. (2020). Aplikasi betawi akses: model strategi pelestarian budaya betawi di era teknologi informasi dan komunikasi masa kini. *Jurnal sosial humaniora terapan*, 2(2). <https://doi.org/10.7454/jsht.v2i2.88>
- Cahyani, p. D., utami, n., & lestari, s. B. (2022). Pengaruh *word of mouth* , kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pendahuluan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi semakin hari semakin maju

mengikuti tren yang ada membuat gaya hidup , pola pikir , dan sikap perilaku konsumen, 2, 851–866.

Candra susanto, p., ulfah arini, d., yuntina, l., panatap soehaditama, j., & nuraeni, n.

(2024). Konsep penelitian kuantitatif: populasi, sampel, dan analisis data (sebuah tinjauan pustaka). *Jurnal ilmu multidisplin*, 3(1), 1–12.
<https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>

Cynthia, d., hermawan, h., & izzudin, a. (2022). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Publik:jurnal manajemen sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan publik*, ix, 104–112.

Cynthia, d., hermawan, h., izzudin, a., & jember, u. M. (2022). Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, ix, 104–112.

Dominique, a. C., diantisari, a., immanuela, b., & ardella, j. (2024). Daya tarik makanan tradisional kerak telur sebagai wisata kuliner indonesia. *Journal of global multidisciplinary*, 2(2), 1166–1177. Retrieved from <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>

Dwiyanti, a. Y., & arifiansyah, ru. (2023). Pengaruh kualitas produk , persepsi harga , dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di coffe shop, 3, 605–616.

Edyansyah, t., & ahyar, j. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic merek honda (studi kasus di kota lhokseumawe), 11(september), 47–55.

- Effendy, f., hurriyati, r., & wibowo, l. A. (2020). Analisis pengaruh celebrity endorser dan inovasi produk terhadap keputusan analisis pengaruh celebrity endorser dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo dengan intervening brand image marketing dilakukan untuk mendukung menggunakan b, (september). <https://doi.org/10.17509/jimb.v1i2.24444>
- Ernawati, d. (2019). Promosi terhadap keputusan pembelian produk, 7, 17–32.
- Fauziah, n. I., & pradesyah, r. (2023). Pengaruh literasi dan budaya terhadap keputusan, 6, 54–62.
- Hapsari, a. A. (2021). Jurnal ekobis dewantara vol. 4 no. 3 september 2021, 4(3), 169–180.
- Harnady, f. A., wahono, b., & asiyah, s. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus padatoko prabujaya malang), 81–95.
- Hartono, r., arifin, r., & hufron, m. (2020). Pengaruh strategi promosi sosial media (instagram) dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian kuliner mbok taya. *E – jurnal riset manajemen*, 9(3), 167–184.
- Humam, l., arifin, r., & abs, m. K. (2021). Pengaruh kualitas produk, brand association, brand image, brand trust, price dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepatu merk vans (studi kasus pada pembelian sepatu sneakers merek vans di infusionstore malang). *Riset manajemen*, 10(13), 132.

- Indrasari, m. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Retrieved from <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>
- Itasari, a. A., hastuti, n. H., & supriyadi, a. (2021). Dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, 5(2).
- Jaldi, h., meitiana, s., & yoga, m. (2021). Pengaruh budaya, persepsi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian obat tradisional di ukm pasar kahayan palangka raya, 1(1), 9–17.
- Juli, p. R., suardhika, i. N., & hendrawan, g. Y. (2021). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan digital marketing terhadap keputusan pembelian pada angelo store ubud bali, 2, 373–385.
- 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>
- Kurniawan, a., sumowo, s., & s, i. P. (2022). Analisis brand equity terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat (studi kasus pada mahasiswa universitas muhammadiyah jember), 20(2), 349–360.
- Ma'ruf, n., alfalisyado, a., purwidiati, w., & randikaparsa, i. (2024). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk, citra merek dan digital marketing terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ilmiah manajemen, ekonomi, & akuntansi (mea)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4106>

- Maino, g. P., sepang, j. L., roring, f., produk, p. I., harga, p., promosi, d. A. N., ...
 roring, f. (2022). Beli pada veril bakery and coffee ifluence of product innovation , price perception and promotion on buying interests in veril bakery and coffee jurnal emba vol . 10 no . 1 januari 2022 , hal . 184 , - 190, *10*(1), 184–190.
- Marlius, d., & mutiara, m. (2022). Pengaruh merek, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (studi kasus pembelian smartphone oppo pada rindo cell di surantih kecamatan sutera kabupaten pesisir selatan). *Jurnal economina*, *1*(4), 768–783. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169>
- Marwati, m., & amidi, a. (2019). Pengaruh budaya, persepsi, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian obat herbal. *Jurnal ilmu manajemen*, *7*(2), 168. <https://doi.org/10.32502/jimn.v7i2.1567>
- Maryana, s., & permatasari, b. (2021). Pengaruh promosi dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada gerai baru es teh indonesia di bandar lampung), *4*(2), 62–69.
- Maskur, a., & kunci, k. (2020). Pengaruh kualitas produk , persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus rocket chicken cabang kabupaten, *3*(1), 166–172.
- Mayasari, i., sugeng, n. W., & ratnaningtyas, h. (2021). Peran bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian generasi milenial : studi jajanan tradisional, *5*(2),

135–147. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i2.4799>

Meutia, k. I., hadita, h., & widjarnarko, w. (2021). Dampak brand image dan harga terhadap keputusan pembelian produk miniso. *Journal of technopreneurship on economics and business review*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>

Multazam, i. M., fatimah, s., khoiroh, f., rosyida, r. A., & sholikhah, a. (2024). Meningkatkan daya saing kue pancong: inovasi kemasan dan pemanfaatan media sosial pada mizu pancong lumer. *Jurnal abdimas ilmiah citra bakti*, 5(3), 793–803. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v5i3.3652>

Naksir, i., wolok, t., & niode, i. Y. (2022). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian dki martabak mini kota gorontalo, 5(1), 102–108.

Novitasari, e. (2020). *Dasar-dasar ilmu manajemen: pengantar menguasai ilmu manajemen*. Anak hebat indonesia. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=mh8jeaaaqbaj&dq=pengertian+ilmu+manajemen&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s

Noviyanti, i., sunarsi, d., & wijoyo, h. (2023). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada sultan coffee. *Jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi*, 3(3), 90–102. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>

Nurhalim, a. D. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mobil toyota avanza di kota tangerang,

5(1), 51–59.

Nurina, n. (2022). Pengaruh inovasi produk, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian kuliner di pasar lama tanggerang. *Ikraith-ekonomika*, 5(3), 295–303. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2626>

Patmala, r., gusteti, y., & resty, f. (2022). Pengaruh kualitas produk , harga , dan *word of mouth* (wom) terhadap keputusan pembelian pada butik di kecamatan koto salak (studi kasus pada wanita di kecamatan koto salak) the effect of product quality , price , and *word of mouth* (wom) on purchase , 09(november), 472–481.

Putri yulianda walmi, sari, m., kasmita, & fridayati, l. (2023). Journal of scientech research and development, 5(1), 233–244.

Rachmah nanda kartika, r., heribertus kusumantoro, & emmidia djonaedi. (2022). Pendampingan pembuatan kemasan primer dan sekunder pada umkm dodol betawi. *Jurnal abadimas adi buana*, 6(01), 62–70. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v6.i01.a4717>

Ramadhani, l. E., & pramudtha, c. A. (2023). Pengaruh kepercayaan , kualitas pelayanan , keputusan pembelian jasa wedding organizer, 12(02), 1–11.

Rianto, m. R., & yoganingsih, t. (2023). Pengaruh religiusitas, pengaruh sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung di bank syariah mandiri - bekasi, (november 2020).

- Rivaldo, y., & yusman, e. (2021). Pengaruh physical evidence , promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian sanford pada, *1*(1), 10–18.
- Riyanto, k. B., rahayu, s. R., & bahtiar, h. (2023). Pengaruh kebijakan pemerintah dan harga pada keputusan pembelian jasa penyelenggara kursus dengan iklan sosial media sebagai variabel mediasi pada lembaga kursus texas college kota metro. *Jurnal manajemen*, vol. 3. No, 10.
- Sari, r. P. K., & widayanti, i. A. R. (2019). Pengaruh brand image , gaya hidup dan lokasi terhadap keputusan pembelian café tiga tjeret di surakarta, *03*(1), 14–22.
- Somantri, b., & larasati, g. C. (2020). Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap consumer behavior dan dampaknya pada purchasing decision produk kosmetik korea mahasiswi kota sukabumi, *5*(8), 497–506.
- Suawa, a. J., tumbel, a. L., & mandagie, y. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di new ayam bandung resto kawasan megamas manado. *Jurnal emba*, *7*(4), 5195–5204.
- Sudaryanto, suroso, i., pansiri, j., umama, t. L., & hanim, a. (2021). Impact of culture, brand image and price on buying decisions: evidence from east java, indonesia. *Innovative marketing*, *17*(1), 130–142.
[https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.11](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.11)
- Sya'idah, e. H. (2020). Pengaruh brand equity terhadap keputusan pembelian. *Jmk (jurnal manajemen dan kewirausahaan)*, *5*(3), 204.

<https://doi.org/10.32503/jmk.v5i3.1106>

Tanuwijaya, et al. (2022). Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli minuman kopi melalui motivasi sebagai variabel moderasi generasi z di kota surabaya. *Jurnal manajemen perhotelan*, 8(1), 50–58. <https://doi.org/10.9744/jmp.8.1.50-58>

Triyanto, fauziyah, f. A., & hadi, m. T. (2019). Bahasa sebagai pendidikan budaya dan karakter bangsa, 1, 1–4.

Violita, d. R., djalola, h. R., & nurhadi, n. (2024). Pengaruh inovasi produk dan brand image terhadap keputusan pembelian produk skincare scarlett di kota palu the influence of product innovation and brand image on purchasing decisions for scarlett skincare products in palu city. *Jurnal kolaboratif sains*, 7(2), 861–866. <https://doi.org/10.56338/jks.v2i1.654>

Winalda, i. T., & sudarwanto, t. (2021). Pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di rumah makan bebek sinjay bangkalan. *Jurnal pendidikan tata niaga (jptn)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>

Yasin, s. (2021). Rancang bangun aplikasi ensiklopedia makanan tradisional bugis beserta cara pembuatannya berbasis android, 1(2), 62–65.

Yuzairi, r., & aguss, r. M. (2022). Pengaruh latihan shadow drilling menggunakan shuttlecock terhadap ketepatan pukulan smash pada pemain di pb kafifa lampung

tengah. *Journal of physical education*, 3(2), 6–12.

<https://doi.org/10.33365/joupe.v3i2.1957>

