

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, R., Listyani, I., & Kurniawan, B. W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Kediri. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(2). <https://doi.org/10.5281/Zenodo.13683697>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). Manajemen Pemasaran. [Www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Aurora Putri Sonata, E., Ernestivita, G., Wisnu Setya Bhirawa, S., Nusantara PGRI Kediri, U., Achmad Dahian No, J. K., & Kediri, K. (N.D.). Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera.
- Fadila, N. C. P., & Yulianto, A. E. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Moo Bakso Di Kabupaten Sidoarjo.
- Febrianti, S., Nurtjahjani, F., & Samboro, J. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Umkm Burahayu Kota Malang.
- Galang Kisowo. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Mahakarya Kemasan Digital. *Jurnal Of Management And Social Sciences*, 1(3), 211–219. <https://doi.org/10.59031/Jmsc.V1i3.172>
- Ghozali, & Imam. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, & Imam. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. Badan Penerbit Undip.

- Hamzah, Muh., & Pratiwi, M. P. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(3), 1661–1669. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i3.2199>
- Husnul Hotimah, Muhammad Firdaus, & Saiful Amin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ukm Makaroni Bantet Banyuwangi).
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Sukoharjo. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson Education.
- Kusumaningrum, D. D., Hendratmoko, S., & Widuri, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kelompok UKM Candaria. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 71–76. <http://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JIMEB>
- Nur Syakherul Habibi, Alfi Hasaniyah, & Ummi Wahyuni. (2025). Optimalisasi Strategi Pemasaran. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, Volume 8. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Nuraini, D., & Puspita, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis *Food And Beverage*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 55–66.
- Nurhayati, S., & Putra, R. P. (2022). Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 85–96.

- Nurul Halimah, Q. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan. 17(1). <https://doi.org/10.46306/Jbbe.V17i1>
- Oka, I. B., Purnama, V., & Nainggolan, D. R. (2023). "Gula Kopi." In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 8, Number 3).
- Oktrichaendy, F., Pradhanawati, A., & Djoko Waloejo, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lost In Coffee Semarang. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Number 3). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Pandjaitan, R. H. (2024). The Social Media Marketing Mix Trends In Indonesia For 2024: Communication Perspective. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(1), 251–269. <https://doi.org/10.25008/Jkiski.V9i1.1005>
- Rachmat Adiaz Arrofi, Rahman Ajie, & Tata Sutabri. (2023). Penggunaan Transformasi Digital Bisnis Untuk Para Pelaku Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(1), 180–189. <https://doi.org/10.54066/Jrime-Itb.V2i1.1130>
- Rifqiyyah, S., & Surianto, M. A. (2024). Entrepreneur. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Entrepreneur>
- Setia Anggi, L., Nur Cahya, H., Aqmala, D., & Damar, H. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Point Coffee Di Kota Semarang Article Information. In *Jekobs* (Vol. 3, Number 3). <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/jekobs>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual ± Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* (19th Ed.). Alfabeta, Cv.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing* (3rd Ed.). Sage Publications.

- William Sino, H., & Finatry Latiep, I. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di UMKM Kuliner. In Jurnal Ekonomi Holistik (ECOHOLIC) (Vol. 1, Number 1).
- Yulita, H., Widhianto, C. W., & Sari, D. P. (2024). Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Dan Kualitas. Jurnal E-Bis, 8(1), 229–240. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V8i1.1304>