

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association. (2017). *AMA Dictionary Of Marketing Terms*. AMA Publications.
- Aprianto, R. (2021). *Pengaruh Promosi (Ronald Aprianto)*. 02(01), 41–63. https://doi.org/https://media.neliti.com/media/publications/58277-id-pengaruh-promosi-dan-pelayanan-terhadap.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Aprilliani, S., & Ainun, E. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti The Boutique Bakery Cabang Cengkareng Jakarta Barat*. 8(2), 498–505. https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/392068477_pengaruh_kualitas_produk_dan_promosi_terhadap_keputusan_pembelian_pada_toko_roti_the_boutique_bakery_cabang_cengkareng_jakarta_barat
- Cindy Megasari Manik, O. M. S. (2025). *Pengaruh Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Di Sukabumi*. 26–36. <https://doi.org/https://journal.abigrizkypublisher.com/index.php/reugreug/article/view/7>
- Damayanti, E., & Harahap, L. M. (2025). *YUME : Journal Of Management Pengaruh Display Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Al Madinah Bakery And Cake Shop Pancing Medan*. 8(2), 1669–1680. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v8i2.9543>
- Dave Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation And Practice* (8th Ed.). Pearson Education.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran: Prinsip Dan Penerapan*. Andi.
- Farhan, A. (2023). *Inovasi Pelayanan Publik Pada Pemerintah Daerah Di Indonesia Public Service Innovations In Indonesia Local*. 7, 111–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.21787/mp.7.2.2023.111-123>
- Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghazali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (7th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Hochreiter, V., Benedetto, C., & Loesch, M. (2023). *The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Paradigm As A Guiding Principle In Environmental Psychology : Comparison Of Its Usage In Consumer Behavior And Organizational Culture And Leadership Theory 2 . Literature Review*. 3(1), 7–16. <https://doi.org/10.18775/jebd.2806-8661.2021.31.5001>
- Islamey, A. V., Maskur, A., Ekonomika, F., & Stikubank, U. (2023). *Economics And Digital Business Review Pengaruh Inovasi Produk , Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang)*. 4(1), 767–774. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.422>
- Karimuddin, A., Jannah, M., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <http://penerbitzaini.com>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Prentice Hall / Pearson.

- Khairani, E. S. Z., & I. (2024). *Manajemen Pemasaran* (Z. Khairani (Ed.)). LPPM Unilak.
- Khalik, M. H., Nugroho, B. A., Ilmu, F., & Universitas, B. (2022). *Pengembangan Umkm Kuliner Di Era Digitalisasi*. 111–116.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management*. Pearson / Prentice Hall.
- Kotler, A. (2006). *Principles-Principles Of Marketing* (12th Ed.). Penerbit Erlanggaadi Maulana, Devi Barnadi, Wibi Hardani.
- Kotler, A. (2017). *Principles Of Marketing* (17th Globa). Pearson.
- Kotler, Keller, Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education.
- Kotler, Keller, & Chernev. (2021). *Marketing Management* (16th Editi). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. In *Pearson Prentice Hall* (14th Ed.). Pearson Pretice Hall.
- Kusumo, I. J., & Yuyetta, E. N. A. (2018). Pengaruh Independensi, Kompetensi, Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 8(1), 1–10. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Accounting](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Accounting)
- Ma'ruf, N., Alfalisyado., Purwidianti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Mie Gaga Di Kota Cilacap. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 1314–1330. <https://doi.org/https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/4106>.
- Magdalena, N. M. M., & Marbun, S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yamuna Pastry*. 3(2), 226–234. <https://doi.org/https://doi.org/10.51713/jarma.v3i2.75>
- Manik Megasari, C., & Siregar Marakali, O. (2022). P-ISSN: 2827-9832 E-ISSN:2828-335x Available Online At [http:// https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr](http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr). *Journal Of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Narta, Z. Y., Heriyanto, M., Sutrisna, E., & Safitri, S. (2024). *Pengaruh Penerapan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rotte Bakery Cabang Bukit Barisan Pekanbaru*. 6(3), 1562–1567. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v6i3.23554>
- Nova, T., Putri, E., & Chodidjah, S. (2025). *Pengaruh Promosi , Citra Merek , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Holland Bakery Unit Depok*. 1, 19–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.64670/jmei.v1i1.11>
- Nur Alfiyah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.2136>
- Nurina. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk , Harga , Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Di Pasar Lama Tangerang*. 5(3), 295–303.
- OECD Dan Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines For Collecting, Reporting And Using Data On Innovation*. OECD Publishing / European Union.

- OJK. (2025). *UMKM Mendunia: Strategi Peningkatan Skala Bisnis Menembus Pasar Nasional Dan Internasional*. https://institute.ojk.go.id/Ojk-Institute/Id/Capacitybuilding/Upcoming/4941/Umkm-Mendunia-Strategi-Peningkatan-Skala-Bisnis-Menembus-Pasar-Nasional-Dan-Internasional?utm_source
- Pamulang, U. (2024). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Kayu Manis Baked Goods Ciputat*. 1, 33–39. <https://doi.org/https://journals.sanusantara.com/index.php/spectrum/article/view/17>.
- Pande Rantika, Nengah Suardhika, G. Y. H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali Pande*. 2, 373–385. <https://doi.org/https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/2687>.
- Pasaribu, B. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi_Penelitian.pdf)
- Paul, T. (2017). *Innovation Management And New Product Development* (6th Ed.). Pearson Education.
- R. Kertamukti. (2016). *Strategi Dalam Periklanan*. PT. Raka Grafindo Persada.
- Sagita, R. A. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness Pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang*. 05, 327–340. <https://doi.org/http://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/233>.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Consumer Behavior (9th Ed.)*. (9th Editio). Pearson – Prentice Hall.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi*. *JMPIS (Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial)*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Sopiati, G. D. P. (2024). *Pengumpulan Data Penelitian*. 3(5), 5423–5443. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5181>
- Stephen, Robbins, & Mary. (2016). *Management* (15th Ed.). Pearson / Prentice Hall.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Issue 27).
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. ALFABETA.
- Syofian Siregar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana / Prenada Media Group.
- Tiofani, K. (2025). *Hindari Penyebab UMKM Kuliner Gulung Tikar, Pebisnis Harus Belajar Sumber*. https://www.kompas.com/food/read/2025/02/23/183600975/hindari-penyebab-umkm-kuliner-gulung-tikar-pebisnis-harus-belajar?utm_source. Kompas. https://www.kompas.com/food/read/2025/02/23/183600975/hindari-penyebab-umkm-kuliner-gulung-tikar-pebisnis-harus-belajar?utm_source
- Tjiptono, F. (2016). *Brand Management And Strategy*. Andi. Yogyakarta
- Tolan, M. S. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Mita*

(*Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado*). 2(5), 360–364. <https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/35354>.

Utama, J. W., & Farizi, H. (2024). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Sehat Kenzo. March*. <https://doi.org/https://journal.feb-uniss.ac.id/index.php/home/article/download/38/33>.

Utami, J. A. Z. W. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Elly Bakery*. 8(5). <https://doi.org/https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/3803>.

Wardhana, A. (N.D.). *Brand Management In The Digital Era*.

Wardhana, A. (2024). *Digital Marketing Bagi Dunia Bisnis* (M. Pradana (Ed.); Issue July). EUREKA MEDIA AKSARA.

Weiss, D. S., & Legrand, C. (2011). *Innovative Intelligence: The Art And Practice Of Leading Sustainable Innovation In Your Organization*. Wiley.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2016). *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*. PT Salemba Empat.

