

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif SERI BUKU HASIL PENELITIAN View project Seri Buku Ajar View project*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., Moonti, A., Astika, A., Sudarni, C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Annur, C. M. (2021, May 5). Lewat Marketplace, 77% UMKM Terbantu Pasarkan Produk saat Pandemi Covid-19. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/lewat-marketplace-77-umkm-terbantu-pasarkan-produk-saat-pandemi-covid-19>
- Ansari, D., Dosen, H., & Uisu, F. E. (2015). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PAJAK USU (PAJUS) MEDAN*. www.ayogitabisa.com
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. PT Elex Media Komputindo.
- Arnawa, G., & Suardana, G. (2022). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS UMKM DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (STUDI UMKM DWI JATI DESA SARI MEKAR)*.
- Audina, I., Harahap, B., & Hidayat, W. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER WAJAH MUSTIKA RATU (Studi Kasus pada Konsumen Kec. Tembalang Kota Semarang)*.
- Ayuk, K., Oktavenia, R., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI*. 8(3), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Bahri, S., & Herlina. (2017). pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian telpon seluler. *Jurnal Visioner & Strategis*.
- Darmawan, E. S. (2022, January 31). *Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada?page=all>
- Diana Sari dan Rika Rachmawati Pusat Penelitian dan Pengembangan Upaya Kesehatan Masyarakat, Y., Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, B., & Kesehatan Jl Percetakan, K. R. (2020). *KONTRIBUSI ZAT GIZI MAKANAN*

JAJANAN TERHADAP ASUPAN ENERGI SEHARI DI INDONESIA [ANALISIS DATA SURVEY KONSUMSI MAKANAN INDIVIDU 2014] (FOOD AWAY FROM HOME [FAFH] CONTRIBUTION OF NUTRITION TO DAILY TOTAL ENERGY INTAKE IN INDONESIA). *Penel Gizi Makan, 2020*(1).

- Dihni, V. A. (2022, August 5). Survei: Ini Daftar E-Commerce Paling Dipercaya UMKM. *Katadata*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/05/survei-ini-daftar-e-commerce-paling-dipercaya-umkm>
- Dimia Market Insight. (2022). *Riset Toko dan Kompetitor*. Dimia Market Insight.
<https://dimia.id/app/marketplace-analyzer/riset-toko?q=keyword=basreng&mp=all>
- Direktorat Statistik Keuangan, T. I. dan P. (2021). *Statistik E-Commerce 2021*.
- Elian Tania, A., Lokasi dan Harga, P., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG. In *Jurnal Wawasan Manajemen* (Vol. 7, Issue 1).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS 25* (Sembilan). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT Grasindo.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo.
- Hulu, I. A., Ginting, N., & Rajagukguk, I. Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOLD LABEL WHIP CREAM DI PT RICH'S PRODUCT INDONESIA THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF GOLD LABEL WHIP CREAM AT PT. RICH'S PRODUCT INDONESIA*.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Indrawati, Raman, M., Wai, C. K., & Ariyanti, M. (2017). *perilaku konsumen individu*. Reflika Aditama.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk akuntansi dan manajemen*. ANDI.

- Isoraite, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research-Granthaalayah*.
- JPNN. (2019, September 19). *Kaum Perempuan Paling Mendominasi sebagai Pengguna e-Commerce*. JPNN.Com.
- Karnadi, A. (2022, April 13). *Perempuan Lebih Banyak Belanja Online pada 2021*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/perempuan-lebih-banyak-belanja-online-pada-2021>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, May 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia#:~:text=UMKM%20merupakan%20pilar%20terpenting%20dalam,se nilai%208.573%2C89%20triliun%20rupiah>.
- Kemp, S. (2022, February 15). *DIGITAL 2022: INDONESIA*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *principles of marketing* (Sixteenth Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th Edition ed.). Pearson Education Limited.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Khalifah Mediatama.
- Lidwina, A. (2021, June 9). *Gaji Generasi Z dan Milenial Banyak Dibelanjakan di E-Commerce*. Databoks.
- Mahfadillah, A., Sitorus, N. J., Mustofarudin, & Nurbaiti. (2021). STRATEGI PEMANFAATKAN E-COMMERCE DALAM MEMASARKAN CEMILAN DI MEDAN (Studi Kasus : Basreng). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*.
- Musfar, SE. , M. T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. CV Media Sains Indonesia.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan) . *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia, 1*.
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008 TENTANG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, Pub. L. No. NOMOR 20 TAHUN 2008 (2008).

- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Putri, T., Setyani, H., & Wasis Gunadi, I. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL ALL NEW RIO KIA MOTORS INDONESIA (Pada PT. RADITA AUTOPRIMA)* (Vol. 1, Issue 1).
- Rasminto, H. (2021, November 26). *Mengenal sejarah panjang E-commerce*. <http://komputerisasi-akuntansi-d3.stekom.ac.id/informasi/baca/Mengenal-Sejarah-Panjang-E-Commerce/3a8f2b86b9b25d03b838600e897651f3dd5b2090>
- Riduansah. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP (STUDI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA SAMARINDA) THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION OF ONLINE SHOP PURCHASING DECISIONS (STUDY OF THE INDONESIAN COLLEGE OF MANAGEMENT STUDENTS IN SAMARINDA)*. <https://mediaindonesia.com>,
- Ridwan, M., Harahap, I., & Harahap, P. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS BELANJA ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada di Medan)*.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Penerbit Deepublish.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Rully, I., & Yaniawati, P. (2017). *Metodologi Penelitian*. PT. Refika Aditama.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai statistik dengan SPSS 24*. PT. Elexmedia Komputindo.
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen* (Edisi ketiga). Prenadamedia Group.
- Sucianto Tjia, H., & Kadafi, Ma. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian The effect of product quality and distribution prices on purchasing decisions*. 14(2), 92–97.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi penelitian*. Rajawali Pers.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha, Ed.). ANDI.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

- Suryadi, D. (2020). Jurnal Asy-Syukriyyah 194 LIMA ALAT UKUR ANALISIS BISNIS MANAJEMEN STRATEGI DALAM MERENCANAKAN DAN MENGEVALUASI TARGET BISNIS. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Prinsip dan Penerapan)*. Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik : Domain, Determinan, Dinamika* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- UMN Admin. (2022, February 21). *UMN Consulting Mempresentasikan Penelitian Mereka Tentang Gaya Hidup dan Kebiasaan Belanja Gen Z*. Universitas Multimedia Nusantara. <https://www.umn.ac.id/umn-consulting-mempresentasikan-penelitian-mereka-tentang-gaya-hidup-dan-kebiasaan-belanja-gen-z/>
- Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., & Yasa, N. N. K. (2019). *PROMOSI PENJUALAN UNTUK MEMBANGUN WORD OF MOUTH DAN MENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN*. Lakeisha.
- Wardhana, A. (2021). *Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P*. <https://www.researchgate.net/publication/354233995>
- Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Wijoyo, H., Sunarsih, D., Cahyono, Y., & Indrawan, I. (2020). *Manajemen Pemasaran di era globalisasi*. CV Pena Persada.
- Yosepha. (2020, November 17). *Harga Jadi Pertimbangan Utama Konsumen Membeli Produk Daring*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/17/harga-jadi-pertimbangan-utama-konsumen-membeli-produk-daring>
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55–63. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.55-63>
- Yunefa, A., Sabardini, E., Tinggi, S., Manajemen, I., & -Indonesia, Y. (2020). *CAKRAWANGSA BISNIS Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta* (Vol. 1, Issue 2). <https://www>.