

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, M., Hasanah, N., & Ridwan, A. (2022). Peranan UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(2), 121–132. <https://doi.org/10.53429/des.v9i2.178>
- Anggraeni, D. (2021). *Perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2023). *Principles of Marketing* (8 (ed.)). Pearson.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Kutai Kartanegara. (2025). *Kecamatan Tenggarong dalam angka 2025*. Diakses dari: <https://kukarkab.bps.go.id>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12th (ed.)). McGraw-Hill Education.
- Djalilov, K. (2023). *Manajemen organisasi dan dinamika lingkungan bisnis*.
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Deepublish.
- Fatih, M. R. I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Kawula Muda Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(10), 2756–2774. <https://doi.org/doi.org/10.55681/economina.v2i10.902>
- Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62. <https://journal2.upgris.ac.id/index.php/jibeka>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (5 (ed.)). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (10 (ed.)). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *JUBISMA*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.58217/jubisma.v6i1.128>
- Hidayat, R., & Putri, A. R. (2023). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2), 145–156. <https://doi.org/10.32670/jmb.v10i2.2158>
- Hirmantono, T., Prasetyo, B., & Kurniawan, D. (2021). Peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi nasional. *Manageable: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.32502/manageable.v3i2.3124>
- Ivatan, I. (2025). The Influence of Price and Promotion on Purchase Decisions : Case Study from Cimory Yogurt Products. *GOLDEN RATIO OF DATA IN SUMMARY*, 5(3), 398–409. <https://doi.org/https://doi.org/10.52970/grdis.v5i3.1225>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson

Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kusumaningrum, D. D., Suseno, H., & Widuri, T. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian di kelompok UKM Candaria. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis (JIMEB)*, 1(3), 409. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i3.409>
- Lubis, R., & Salsabila, A. (2025). Peran UMKM dalam pemerataan ekonomi dan pengurangan kesenjangan sosial. *Jurnal Muqaddimah*, 7(1), 66–78. <https://doi.org/10.55606/muqaddimah.v7i1.901>
- Negara, I. M. W., Febianti, & Paramita, P. D. Y. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *PARIS (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)*, 02(10), 2205–2218. <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/paris.v2i10.573>
- Nilowardono, S., Nugroho, A., & Putri, R. A. (2024). Consumer decision-making process and perceived value in purchasing behavior. *Journal of Business and Consumer Studies*, 9(2), 101–112. <https://doi.org/10.31289/jbcs.v9i2.6841>
- Nursih, & Rachmawan. (2025). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Cemilanstore. *Jurnal Manajemen UMKM*.
- Pramudya, R., Santoso, B., & Lestari, D. (2025). Pengaruh media promosi dan intensitas promosi terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 88–99. <https://doi.org/10.17509/jimb.v16i1.61245>
- Prasetyo, A., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM kuliner. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 9(1), 22–31. <https://doi.org/10.36778/jek.v9i1.1024>
- Prasetyono, Y. (2021). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Pratiwi, D., & Ananda, R. (2024). Analisis proses keputusan pembelian konsumen pada produk UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 55–66. <https://doi.org/10.9744/jmp.18.1.55-66>
- Prihandoyo, C., Prihandoyo, A., Sukimin, S., & Nugroho, D. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kripik singkong Shiddiq Lestari. *Jurnal GeoEkonomi*, 13(1), 190. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v13i1.190>
- RI, B. (2023). *Sertifikasi halal dan nomor izin BPOM produk Pempek Cuko*.
- RI, K. K. dan U. K. M. (2023). *Laporan UMKM Indonesia 2023*.
- Santoso, S. (2020). *Panduan lengkap SPSS versi 26*. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior* (11 (ed.)). Pearson.
- Siahaan, M., & Christiani, D. (2021). The Effect Of Prices And Promotions On Purchase Decisions At Shopee (Case Study Of Bhayangkara University Jakarta Raya). *International Journal Of Economy, Education and Entrepreneurship*, 1(3), 253–268. <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/ije3.v1i3>
- Sipakoly, S. (2022). " Price , Product Quality And Promotion On Purchase Decisions " (Empirical Study On Consumers In Ambon City). *Dinasti*

- International Journal Of Management Science (DIJMS)*, 3(5), 849–860.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31933/dijms.v3i5>
- Sjukun, Supardin, L., & Taufik, Y. (2022). The Effect Of Price And Promotion On Purchase Decision At Bakpia Kurnia Sari. *Penanomics: International Journal Of Economics*, 1(2), 223–230.
<https://penajournal.com/index.php/PENANOMICS/>
- Solim, M., Astuti, R., & Tansly, B. (2025). Factors influencing online purchase decisions in e-commerce platforms. *Journal of Digital Business and Marketing*, 4(1), 33–45. <https://doi.org/10.56789/jdbm.v4i1.104>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Suhairi, A., Adelika, P. I., & Cut, D. P. S. (2023). Analisis pricing global dalam pemasaran internasional: Strategi dan faktor penetapan harga. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(4).
<https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.21227>
- Sunarya, P. A. (2025). *Perilaku konsumen dalam pemasaran modern*. Alfabeta.
- Syahdina, L., Putri, A. N., & Ramadhan, F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(3), 210–221. <https://doi.org/10.26740/jim.v12n3.p210-221>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, G. (2023). *Strategi pemasaran: Analisis dan perencanaan pemasaran modern*. CV Andi Offset.
- Wibowo, A., & Ananda, R. (2024). Pengaruh promosi digital terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 45–56. <https://doi.org/10.32503/jmk.v12i1.3812>
- Yana, S., Putra, R., & Lestari, M. (2025). Peran UMKM dalam ketahanan ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 26(1), 45–57.
<https://doi.org/10.21002/jepi.v26i1.1948>