

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Alimansyah, N., Krisnawati, D., & Utomo, F. C. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Burger King Jatiasih. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(1). <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V10i1.671>.
- Bakpia Juwara Satoe: Citarasa Nikmat, Harga Bersahabat. (2022). <https://bakpiajuwarasatoe.com/juwara-satoe/>. Diakses tanggal 18 Maret 2024, pukul 10.20.
- Radar Jogja. <https://radarjogja.jawapos.com/news/65760766/bakpia-juwara-satoe-citarasa-nikmat-harga-bersahabat>. Diakses tanggal 18 Maret 2024, pukul 14.34.
- Bakpia Juwara Satoe. (2024). <https://bakpiajuwarasatoe.com/juwara-satoe/>. Diakses tanggal 20 Maret 2024, pukul 11.23.
- Cahyono, E. T., & Syahril, M. (2023). Pengaruh Iklan Dan Duta Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Shopee. *Gema Ekonomi*, 12(2), 558–569. <https://journal.unigres.ac.id/index.php/gemaekonomi/index%0agema>. Diakses tanggal 20 Maret 2024, pukul 20.00.
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh Live Streaming Terhadap Customer Churn Pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230. <https://doi.org/10.59631/Sbr.V1i2.115>.
- Daniella, V. R. B., Hakimah, E. N., & Ratnato, S. (2023). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Wage Tulungagung. *Simposium Manajemen Dan Bisnis Ii Program Studi Manajemen - Feb Unp Kediri*, 2, 1492–1501.
- Dianawati, A., & Inriyani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Eskulkul Di Kedai Eskulkul Bocil, Bogor. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 15(1), 11–20. <https://doi.org/10.58890/Jkb.V15i1.66>.
- Dosi, M. U., Fourqoniah, F., & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Borneo Di Kota Samarinda. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 131–144. <https://doi.org/10.30739/Istiqro.V9i2.1863>.
- Ellitan, L. (2021). The Role Of Marketing Mix In Building Customer Satisfaction And Loyalty: A Theoretical Study. *International Journal Of Research*, 8(12), 118–129.

- Febrianti, D. D., Rafiudin, R., Salsabila Putri, Y., & Anggraini, S. (2024). The Influence Of Price, Promotion, Product Quality On Purchasing Decisions At “Mie Kbr” Jember. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 07(01), 364–371. <https://doi.org/10.47191/Jefms/V7-I1-39>
- Ferils, M. (2022). Kompetensi Dan Stres Kerja Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pegawai. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(4), 768–778.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya*, 5(2), 1549–1562. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.773>
- Ghozali, I. (2018). Processing Data Penelitian Menggunakan Spss. *E-Book*, 1, 154.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/Productivity/article/view/32911>. Diakses tanggal 20 Mei 2024, pukul 20.25.
- Gunawan, G. L. C. (2020). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 5(2), 166–175. <https://doi.org/10.37715/Jp.V5i2.1738>
- Hadi, B. S. (2019). *Bakpia Juwara Satoe Made With Kitkat Spread Lengkapi Kuliner Yogyakarta*. Antarayogya. <https://jogja.antaranews.com/berita/622794/bakpia-juwara-satoe-made-with-kitkat-spread-lengkapi-kuliner-yogyakarta>. Diakses tanggal 30 Mei 2024, pukul 21.00.
- Hairudin, & Hasbullah. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti. *Jurnal Revenue: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 715–726. <https://doi.org/10.46306/Rev.V3i2> P-Issn
- Hartono, V. A., & Harjani, C. (2023). Implementasi Generative Method Pada Pengembangan Desain Kemasan Bakpia Khas Yogyakarta. *Prosiding Secrenade*, 2, 266–273.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4p Dan 7p. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Makan Koki Jody Di Magelang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Indah Saraswati, N. M., Hilmiati, H., & Rusminah, R. (2023). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Ruby Kota Mataram. *Jmm Unram - Master Of Management Journal*, 12(3), 262–274. <https://doi.org/10.29303/Jmm.V12i3.796>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.

- Indriyani, F. (2017). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Administrasi Akademi Sekretari Dan Manajemen Bsi Jakarta*, 1–10.
- Kamila, I., & Chaerudin. (2023). *Pengaruh Lokasi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Ayam Cibojong*. 9(April 2022), 188–203.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles Of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson* (17th Ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management, Global Edition* (15th Ed.). Edinburgh Gate Harlow.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management Global* (15th Ed.). Pearson Education.
- Kusumaningrum, D. A., & Christian, F. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Fusion Cake Di Amkc Atelier Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(2), 227–237. <https://doi.org/10.32493/Drb.V6i1.25476>
- Lado, Y. H. P., Moniharapon, S., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Minatberiklan Di Radio Montini 106 Fm Manado. *Emba*, 10(4), 995–1006.
- Lestari, F. (2023). *Analisis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Moderasi Event Marketing*. X, 234–238.
- Mardiasih, T. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar*. 2(2622–6367), 1–10.
- Murdiyastomo, A. H. (2017). *Budaya Lokal Dalam Perkembangan Pariwisata Di Yogyakarta* (M. H. H.Y. Agus Murdiyantomo (Ed.)).
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. <https://doi.org/10.31955/Mea.V5i3.1573>
- Musyawah, I. Y., & Amanah, N. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Effect Of Promotion And Price On Purchasing Decisions. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(3), 358–367.
- Nihayati, L. (2020). Dampak Sosial Perkembangan Bakpia Dalam Industri Pariwisata Di Pathuk Yogyakarta. *Pringgitan*, 1(1), 40–47. <https://doi.org/10.47256/Pringgitan.V1i1.10>
- Ningrum, M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(1), 23–35. <https://doi.org/10.51804/Iej.V2i1.549>
- Nugroho, R. . H. S. (2022). *Sambut Kebangkitan Pascapandemi, Produsen Bakpia “Juwara Satoe” Siapkan Terobosan Baru*. *Tribunjogja.Com*. <https://jogja.tribunnews.com/Amp/2022/08/18/Sambut-Kebangkitan->

Pascapandemi-Produsen-Bakpia-Juwara-Satoe-Siapkan-Terobosan-Baru.
Diakses tanggal 06 April 2024, pukul 09.12.

- Nurlia, L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (Jursistekni)*, 2, 1–12. <https://doi.org/10.52005/Jursistekni.V3i1.75>.
- Nuroniya, N., & Damayanti, R. W. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Pemasaran Media Sosial, Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Online (Studi Pada Konsumen Shopee)*. 3(3). <https://doi.org/10.58192/Profit.V3i3.2453>.
- Rahmawati, H., & Pradana, W. D. (2024). Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis Perilaku Pembelian Online Konsumen Produk Kosmetik : Pendahuluan. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 366–380. <https://E-Journal.Naureendigiton.Com/Index.php/Pmb>. Diakses tanggal 29 Juni 2024, pukul 15.00.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Cv Budi Utama.
- Rustandi, D. P. P., & Sastika, W. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand Fashion Pull And Bear Di Bandung Tahun 2021. *E-Proceedings Of Applied Science*, 7(6), 1–2.
- Sartika, D., & Mulyana, S. (2023). Dampak Product, Price Dan Place Keputusan Membeli Produk Makanan Khas Melayu Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12, 905–912. <http://stp-mataram.e-journal.id/jih>. Diakses tanggal 23 Juni 2024, pukul 20.33.
- Selly, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Sinarmasmsig Life Link 88 Pada Pt. Asuransi Jiwa Sinarmasmsig Life Cabang Ambon). *Jurnal Maneksi*, 8(2), 243–253. <https://doi.org/10.31959/Jm.V8i2.330>.
- Setiawan, R. A. (2024). Pengaruh Lokasi , Kualitas Pelayanan , Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Vaneca Cafe. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(2), 39–47. <https://doi.org/10.59581/Jrim-Widyakarya.V2i2.3133>.
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di Cv. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (D. I. Sugiyono (Ed.)). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Sundari, F., Purba, P. Y., Winata, T., & Wijaya, W. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sam Kota. *Jurnal*

Mantik, 5(36), 394–401.

- Suparman, D. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart Stupa Kota Sukabumi: Manajemen Pemasaran. *Ekonomedia*, Xi(01), 24–37. <https://Journal.Stiepasim.Ac.Id/Index.Php/Ekonomedia/Article/Download/236/215>. Diakses tanggal 21 Juni 2024, pukul 21.10.
- Suryadi, Yateno, & Kurnia, D. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (Mbc) Kota Metro. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 3(3), 587–601. <https://doi.org/10.48175/Ijarsct-13062>
- Syahputr, M. I., & Ningsih, L. S. R. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Satria Mobil Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student (Jis)*, 1, 104–119. <https://doi.org/10.59024/Jis.V1i2.332> Pengaruh
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa Febi Uinsu. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586–600. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V7i2.1277>
- Tjiptono, F. (2019). *Starategi Pemasaran Prinsip Dan Peranan* (A. Diana (Ed.)). Cv. Andi Offset.
- Utami, M. A. T., & Astuti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara*, 7(2), 55–64. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/Upajiwa/article/view/15835>. Diakses tanggal 23 Juni 2024, pukul 16.00.
- Wenny, R. (2024). *10 Bakpia Jogja Yang Terkenal Enak Dan Lagi Hits*. Good News From Indonesia. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2024/06/10/merek-dan-toko-bakpia-jogja-terpopuler>. Diakses tanggal 23 Mei 2024, pukul 16.40.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10. <https://doi.org/10.26623/slsi.V21i1.6064>
- Widayat, E. W., & Rahmawati, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi Di Kota Bogor. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 15(2), 120–128. <https://doi.org/10.58890/jkb.V15i2.193>
- Wijaya, I. W. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. *Values*, 1(3), 1–11.
- Wijaya, P. E., & Sugiharto, T. (2024). Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Btp Residence Bekasi. *Journal Of*

Management And Bussines (Jomb), 6(February), 374–383.
<https://doi.org/10.31539/Jomb.V6i2.8503>.

Zakira, I., & Suyuthie, H. (2024). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Di Banto Royo Kecamatan Tilatang Kamang. *Jurnal Mekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 3(1), 101–113.
<https://doi.org/10.55606/Jempper.V3i1.2658>

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA
UNIVERSITAS