

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ajzen, I. (1991). *The Teory Of Planned Behavior*. Organizational Behavior And Human Decision Processes.
- Alfiyah, Taufik, M., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, *Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Micellar Cleansing Water pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 3, 167–175.
- Ali. (2020). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut: Word Of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Medpress.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Asman, N. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews)* (Pertama). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh *Word of Mouth*, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Dhurup, M., Mafini, C., & Dumasi, T. (2014). The impact of packaging, price and brand awareness on brand loyalty: Evidence from the paint retailing industry. *Acta Commercii* 14(1).
- Dio, M., Hidayat, Z., & Irwanto, J. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Ninja 250CC (Studi Kasus Dealer PT. Surapita Unitrans. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 55–57.

- Faradiba. (2020). *Penggunaan Aplikasi SPSS Untuk Analisis Statistika*. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia.
- Firdaus, E. R., Hartono, & Jariah, A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, *Word Of Mouth* , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Siswa Bersekolah di SD Integral Luqman Al-Hakim Yayasan Al-Hikmah Hidayatullah Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 1(3), 301–310.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Jakarta: CV.Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Jakarta: CV.Qiara Media.
- Fransiska, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, 1–23.
- Iranita. (2021). Analisis Faktor-Faktor Kemasan (*Packaging*) Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh-Oleh Makanan Khas Tanjungpinang. *Bahtera Inovasi*, 3(2), 182–193.
- Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1 Ed). Jakarta: Erlangga.
- Lailiyah, N. (2022). Pengaruh Kemasan (*Packaging*) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Home Industry Kopi Mangrove Di Pasuruan. *An-Nibraas*, 1(02), 113–133.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar.
- Larasati, N. R., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas , *Word of Mouth* , Dan Iklan Terhadap Keputusan. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1(1), 51–60.
- Maghfiro, M., Palupi, T., & Anisatul, R. (2023). Pengaruh Harga , Promosi , dan Kualitas Prodek Terhadap Keputusan Pembelian Lezza Chicken Nugget di Toko Berkah Abadi Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 415–423.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di

- Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen dan Bisnis, 4 (2), 2003–2005.*
- Manurung, G. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Survei Pada Mahasiswa STIE Sultan). *Maker: Jurnal Manajemen, 4(2), 30–39.*
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Jurnal Matua, VOL. 3 NO.(1), 17.*
- Mustajab, R. (2023). *Data Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Indonesia (2013-2022)*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/data-jumlah-industri-mikro-dan-kecil-di-indonesia-20132022>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(2), 1–20.*
- Nawangsih, Ifa, K., & Ariyanto, K. Y. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Lumajang: W. G. Press (ed.); Cetakan 1).
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 4(1), 13–37.*
- Novitasari, E., Nawangsih, N., & Robustin, T. P. (2022). Pengaruh *Packaging*, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management, 4(4), 258–266.*
- Nugroho, Y. (2011). *Olah Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripsi Media.
- Pemkab, L. (2023a). *Data usaha mikro, kecil dan menengah*. <https://sidilan.lumajangkab.go.id/informasi-umkm>
- Pemkab, L. (2023b). *Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan*. <https://diskopindag.lumajangkab.go.id/data/detail/2760>
- Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). Pengaruh Wom (*Word of Mouth*), *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 4(1), 61–72.*
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Pertama)*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: P. Sertia (ed.); Cetakan 1).

- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rischa Juliana, I Ketut Surabagiarta, & Evita Purnaningrum. (2021). Pengaruh Kemasan & Harga Terhadap Keputusan Pembelian minuman coffee di cafecyclo Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), 185–193.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Word of Mouth*. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis III (SNMB3)*, 94–101.
- Sari, W. Y. K., Kasno, & Bachtiar, R. (2020). *Peranan Kemasan Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Aice (Studi Kasus Pada PT . Really Delicious Indonesia di Lumajang)*. 163–165.
- Sernovitz, A. (2012). *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-Irt Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Umkm Kerupuk Ikan. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (Rekomen)*, 3(2), 125–133.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Edisi 1). Yogyakarta: Andi.