

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina & Hastuti. (2018). Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Hal 21-30.
- Almira, A. & Sutanto, JE. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Masion NOB. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, Vol. No. 2. Hal 250-259.
- Amruddin. *et. al.* (2022). *Pengantar Manajemen (Konsep dan Pendekatan Teoretis)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hanphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vo.16, No. 02.
- Badrudin (2015). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Cetakan ketiga. ALFABETA.
- Bano, R. *et. al.* (2023). Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, Vol. 8. No. 1. Hal 206-211.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Cesariana, C., *et. al.* (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Vol. 3. No.1. Hal. 2716-3768.
- Curatman, A. *et. al.* (2016). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, Vol. XVIII, No.3.
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global research and Consulting.
- Dhewanto, W. *et. al.* (2015). *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Cetakan Kesatu. Alfabeta.
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara.
- DKUKMP. (2022). *Data Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah*. Ciamis: CIAMIS SADATA.
- Disyandi, W. *et. al.* (2019). Bauran Pemasaran Tentang Konsep Apotek Modern Serta Strategi Pemasarannya. *Jurnal Riset Bisnis*, Vol. 3 hal 1-8.
- Elbadiansyah. (2023). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7. No. 1. Hal 17-32.

- Fadilah, I.M. (2020). Pengaruh *Reference Group* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Merek Pocari Sweat di Toserba Gunasalma Kawali). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, Vol. 2. No. 4. Hal. 115-125.
- Fakhrudin, A. *et. al.* (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Farida Yulianti, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Penerbit Deepublish.
- Faridah, D. *et. al.*(2022). Pengaruh Personal *Direct Selling* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada stokist NASA G.375 Salem).*Bussiness Management and Entrepreneurship Journal*, Vol. 4. No. 1.Hal. 62-67.
- Fauzi, M. R. & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8. No. 11. Hal. 6741-6761.
- Fawzi, M.G.H. *et. al.* (2022). *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi)*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Firmansyah, M.A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Penerbit Deepublish
- Firmansyah, F. & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa (Peningkatan Kepuasan & Loyalitas Pelanggan)*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Firmansyah, M. A. & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Sleman: Cetakan pertamaa. Penerbit Deepublish.
- Hananto, D. (2021). *Pengaruh Desain Harga Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel*. Ciputat: Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ.
- Handoko, T. (2017). *Manajemen*. Yogyakarta: Cetakan ke-29. BPFPE-Yogyakarta.
- Harjadi, D. & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Herlinda, D. (2017). Pengaruh Dukungan Manajemen Puncak dan Struktur Organisasi terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya pada Kualitas Informasi Survey pada PT Pos Indonesia . *Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan*.
- Ibrahim, A. *et. al.* (2018). *Metodologi Penelitian*. Makassar: Gunadarma Ilmu.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriyani, T. W. *et. al.* (2021). Kualitas Layanan, Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Konsumen Dapur Kopi Lamongan). *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, Vol. 38. No. 2. Hal 22-34.
- Juli, P. R. *et. al.* (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angelo Store Ubud Bali. *jurnal VALUES*, Vol. 2. No. 2. Hal 373-385

- Kesumawati, N. *et. al.* (2017). *Pengantar Statistika Penelitian*. Depok: PT Raja grafindo Persada.
- Kotler, P. *et. al.* (2017). *Marketing 4.0 (Bergerak dari Tradisional ke Digital)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, Kotler dan Keller. (2016). *Marketing management 15e*. Boston: Pearson Education.
- Krisnandi, H. *et. al.* (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta Selatan: LPU-UNAS
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2 Issue 5. hal 604-630.
- Kusuma, T. M. & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, Vol. 18. No. 2. Hal. 176-180.
- Lestari, D. T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran pada UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Batik Wecono Asri Kota Kediri. *Undergruate (S1) Thesis*.
- Maghfiroh, R. N. (2023). Perbedaan Minat Pembelian Ditinjau dari Jenis Kemasan Produk PASniTAHU dan Jenis Kelamin Konsumen. *Skripsi. Jambi: Universitas Jambi*.
- Mendo, A. Y. (2022). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bima: Cetakan pertama. Yayasan Hamjah Diha.
- Moonti, U. (2015). *Bahan Ajar Mata Kuliah Dasar-Dasar Pemasaran*. Yogyakarta: INTERPENA Yogyakarta.
- Mulyadi & Widi Winarso. (2020). *Pengantar Manajemen*. Banyumas: Cetakan pertama. CV. Pena Persada.
- Mustapa, Z. (2018). *Pengaruh Organisasi (Dalam Perspektif Manajemen Operasional*. Makassar : Cetakan pertama. Celebes Media Perkasa
- Nasution, A. E. *et. al.* (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Seminar Nasional Kewirausahaan Puskibii (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Hal 194-199.
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EF Press Digimedia.
- Nurzila Dini, A. (2022). *Pengaruh Relationship Marketing dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (Suatu Studi Pada Pelanggan Scarlett Whitening di Toko Moochi.id Cabang Ciamis)*. Ciamis: Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak Diterbitkan.
- Paramita, R. W. D. *et. al.* (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Cetakan Pertama. Widya Gama Press.
- Pratama, R. (2020). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Cetakan pertama. CV Budi Utama.

- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rachmad, Y. E. et. al. (2023). *Psikologi Pemasaran Society 5.0 (Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0)*. Jambi: Cetakan Pertama. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rasbin. (2019). Strategi Meningkatkan Ekspor Produk-Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia: Studi Kasus di Kabupaten Sleman dan Kota Surabaya. *Pusat Penelitian, Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Hal. 194-199.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Riyanto, S. & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Rohman, Abd. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.
- Saputra, R. R. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Daan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Galuh Ciamis: Fakultas Ekonomi.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda*, Vol. 8. No. 1. Hal. 147-155.
- Satriadi, et. al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Penerbit Samudra Biru.
- Sholikah, et. al. (2021). *Manajemen Pemasaran (saat ini dan masa depan)*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Siregar, E. (2021). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Cetakan Pertama. Penerbit WIdina Bhakti Persada Bandung.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Peenelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Cetakan ke-27. Alfabeta.
- Sunaryo, F. D. S. & Wahyuni, A. A. A. R. (2021). Koperasi Simpan Pinjam Bali Artha Guna dalam Bingkai Budaya Masyarakat Modern di Bali. *Journal of Arts and Humanities*, 25. 26-35. Diakses tanggal 13-12-2023.
- Supriyadi, et. al. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 4. No. 1. Hal. 74-85.

- Syaiful Amri, d. (2022). *Pengantar Ilmu Manajemen*. Lombok Barat: Cetakan pertama. Seval Literindo Kreasi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Utami & Fauzi. (2023). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 3. No. 1. Hal 90-94.
- Widiana, M. E. (2020). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Banyumas: Cetakan pertama. CV. Pena Persada.
- Wijaya & Rifa'i. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen (Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien)*. Medan: Perdana Publishing.
- Yahya, M. (2018). Era Industri 4.0 Tantangan dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia. *Fakultas Teknik Universitas Negeri Makasar*.
- Yulianti, F. et. al. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran (Teori & Strategi)*. Lombok Tengah: Cetakan pertama. Forum Pemuda Aswaja.
- Zainurossalamia, S. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Bisnis*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan PAT.

Website:

<https://data.ciamiskab.go.id/data-sektoral/dokumentasi?section=sektoral&data=Administrasi%20Kependudukan%20dan%20Pecatatan%20Sipil> (Diakses tanggal 25-12-2023)

<https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/113/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm> (Diakses tanggal 29-02-2024)