

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandra, M. L. dkk. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Tenun Ikat Di Cv. Silvi Mn Paradila Parengan Maduran Lamongan. *Journal of Management Studies*, 15. <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/12511/6125>
- Bayu, D. J. (2021). *UNDP: Pendapatan 77% UMKM Berkurang Akibat Pandemi Corona*. 29-01-2021. Diakses pada 22 November 2022: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/undp-pendapatan-77-umkm-berkurang-akibat-pandemi-corona>
- Burns, R. B. , & Burns, R. A. (2008). *Business Research Methods and Statistics Using SPSS*. New York: SAGE Publications Ltd.
- ekon.go.id. (2015). *Ekonomi Berbasis Kreativitas dan Inovasi sebagai Kekuatan Baru Ekonomi Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Diakses pada 22 November 2022, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3874/ekonomi-berbasis-kreativitas-dan-inovasi-sebagai-kekuatan-baru-ekonomi-indonesia#>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Hair, J. F. , B., W., B. B. J. , & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective, Seventh Edition*. New Jersey: Pearson.
- Haryono. (2012). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.
- Istiyanto, J., Suparni, Studi Manajemen Industri, P., & Manufaktur Ceper, P. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Batik Solo The Effect Of Marketing Mix On Purchase Decisions Of Solo Batik Smes. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(1), 69–77. <https://stiepasaman.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/438>
- Jiwuk, paskalia multi (2019). (2019). *Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jumputan Maharani Yogyakarta* (Vol. 10, Issue 2). <https://ebbank.stiebbank.ac.id/index.php/EBBANK/article/view/192/137>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management Sixteenth* (16th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa Jne Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1. <https://media.neliti.com/media/publications/300123-pengaruh-harga-kualitas-pelayanan-dan-lo-3a65c985.pdf>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Kompetensi (edisi 3)* (3rd ed.). Jakarta: Salemba.
- Natarina, E. (2022, June 18). *Peluang Bisnis Buket Bunga Uang, Ini yang Perlu Kamu Tahu*. Diakses pada 22 November 2022, <https://www.lummoshop.co.id/blog/peluang-bisnis-buket-bunga-uang-ini-yang-perlu-kamu-tahu/>
- Nuraini, R. A., & Kurnianingsih, H. (2021). *Marketing Mix Effect on Purchase Decision of Traditional Jamu Sabdo Palon* (Vol. 4, Issue 4). <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>
- pddikti.kemdikbud.go.id (2023). Statistik Perguruan Tinggi. Pangkalan Data Pendidikan Tinggi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Diakses pada 24 Januari 2023, <https://pddikti.kemdikbud.go.id/pt>
- Philip Kotler & Gary Amstrong. (2006). *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Prabowo, A., Raja, T. H. LBN., & Syafril, M. (2021). Pengaruh Merek Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Belanja Di Pasar Swalayan Maju Bersama Mmtc Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3. <https://simantek.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/280>
- Putri, D., Burhanudin, & Damayanti, R. (2019). *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Busana Batik Di Pusat Grosir Solo* (Vol. 03, Issue 02). <https://doi.org/DOI:> <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v3i02.590>

- Riskita, A. (2022, June 7). *Perkembangan UMKM di Indonesia dan Perannya, Seperti Apa?* Sirclo. Diakses pada 22 November 2022, <https://store.sirclo.com/blog/perkembangan-umkm-di-indonesia/>
- Saraswati, M. L., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kampung Batik Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.14710/jiab.2015.8227>
- Sari, B. (2022, July 22). *Kado Wisuda yang Bermanfaat, Cek Rekomendasinya, Yuk.* Blibli.Com. Diakses pada 22 November 2022, <https://www.blibli.com/friends/blog/kado-wisuda-yang-bermanfaat-00/>
- Setiyarti, T., & Chalim, A. A. (2018). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Rotan Pada CV Rattan Mandiri. *Jurnal Rekomen*, 02. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31002/rn.v2i1.831>
- Siyoto, & sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (13th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tabelessy, W. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM e* (Vol. 2, Issue 2). <https://journal.jis-institute.org/index.php/jnmpsdm/article/view/274>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS* (1st ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang penelitian bisnis dengan alat-analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0* (Ed.1, Cet.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.