

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustriyana, N. A., & Suwanto, I. (2017). Fully human being pada remaja sebagai pencapaian perkembangan identitas. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, 2(1), 9–11.
- Andrean, M. D., & Puspita, V. (2023). Pengaruh Varian Produk, Harga Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Boss Di Kota Bengkulu. *Ekonomi & Bisnis*, 22(2), 146–155.
- Andrean, O., & Trisunaryanto, L. (2020). Hubungan Faktor Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Lingkungan dengan Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Pondok Kopi Umbul Sidomukti. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 545–564.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117–127.
- Aryani, Y. (2020). Sistem informasi penjualan barang dengan metode regresi linear berganda dalam prediksi pendapatan perusahaan. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 2(2), 39–51.
- BADI'AH, N., & LUAR, S. (n.d.). PENGARUH KONSUMSI TEH BUNGA TELANG (CLITORIA TERNATEA) TERHADAP PENURUNAN TEKANAN DARAH PADA LANSIA.
- Banurea, S. A., & Aisyah, S. (2022). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Kantin UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 2(4), 555–560.
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 34–42.
- Bayu, D. K., Ningsih, G. M., & Windiana, L. (2020). Pengaruh labelisasi halal, merek dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 239–256.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chasanah, U., & Prihatiningtyas, G. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Blanco Coffee Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 1–18.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)*.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). *Validitas dan reliabilitas kuisioner pengetahuan, sikap dan perilaku Pencegahan Demam Berdarah*.

- Dina, R. B. U. (2024). SOSIALSISASI LABEL PRODUK ANGGOTA KOPERASI DI UMKM OMAH JAMU ARGOMULYO YOGYAKARTA. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(6).
- Erlangga, R., Tampi, J. R. E., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Halu Kopinspirasi. *Productivity*, 1(2), 197–202.
- 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.
- Gunawan, P. A., & Kunto, Y. S. (2022). Pengaruh brand image dan nutrition label terhadap keputusan pembelian mie instan lemonilo: Efek moderasi orientasi makanan sehat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 48–56.
- Handito, D., Basuki, E., Saloko, S., Dwikasari, L. G., & Triani, E. (2022). Analisis komposisi bunga telang (*Clitoria ternatea*) sebagai antioksidan alami pada produk pangan. *Prosiding Saintek*, 4, 64–70.
- Hartono, R., Arifin, R., & Hufon, M. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media (Instagram) Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Mbok taya. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(03).
- Hasanah, U., & Pambudi, B. S. (2023). Pengaruh Kemasan dan Label terhadap Keputusan Pembelian. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 14(6).
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Imayanti, R. A., Rochmah, Z., Aisyah, S. N., & Alfari, M. R. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengolahan Bunga Telang di Desa Pangreh Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*, 2(1), 77–82.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Irawan, M. P., Wulandari, S., & Sidoretno, W. M. (2023). POTENSI TEH BUNGA TELANG (*CLITORIA TERNATEA*) TERHADAP PENURUNAN KADAR KOLESTROL TOTAL MASYARAKAT DESA INDRAPURI TAPUNG KABUPATEN KAMPAR TAHUN 2023. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(1), 202–207.
- Irmayanti, I., Yunisari, U., & Suriyati, S. (2023). Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix 4p Pada Produk UMKM dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 12–18.
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 200–210.
- Izanah, A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah (Studi pada mahasiswa FISIP Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 259–267.

- Kadi, D. C. A., Purwanto, H., & Ramadani, L. D. (2021). Pengaruh E-Promotion, E-WOM dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 5(2), 224–238.
- Kanter, G. E., Lopian, S. J., & Soepeno, D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffee Latte Era Pandemi Covid-19 Di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1555–1565.
- Khoirunnisa, A., & Ikaningtyas, M. (2023). Sosialisasi Pengolahan Bunga Telang dan Branding Packaging Bunga Telang Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Japaran, Mojowarno, Jombang. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 16–21.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta, Bandung*.
- Kusumawati, N., Marisa, F., & Wijaya, I. D. (2017). Prediksi Kurs Rupiah Terhadap Dollar Amerika Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear. *Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 2(3), 264559.
- Mahiri, E. A., Hakim, A., & Kurnadi, E. (2022). *Analisis Pengaruh Strategi pemasaran UMKM Berdasarkan Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Prespektif Ekonomi*.
- Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1).
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79–86.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggai Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402.
- Mulangsri, D. A. K. (2019). Penyuluhan pembuatan bunga telang kering sebagai seduhan teh kepada anak panti asuhan yatim Putra Baiti Jannati. *Abdimas Unwahas*, 4(2).
- Mulyadi, G. (2018). Pengaruh Merek dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Ilmu Manajemen*, 2(1), 105–109.
- Nabilah, R. R., Hadita, H., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Diskon Produk, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Efood: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kelurahan Teluk Pucung. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 95–109.
- Nabila, L. D. (2020). Pengaruh Dompot Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Franchise Minuman (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1034–1040.
- Nagara, D. N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 57–64.

- Naufal, M. D. D., & Nalurita, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood Pada Mahasiswa Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma Jakarta. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 23–34.
- Nazeriandy, N., Syahra, Y., & Syaifudin, M. (2021). Penerapan Data Mining Untuk Memprediksi Penggunaan Daya Listrik Pada PT. PLN (Persero) Rayon Medan Selatan Dengan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 20(1), 20–27.
- Ningrum, A. S., & Suryoko, S. (2018). Pengaruh harga, produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di peacockoffie, semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 164–173.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan metode suksesif interval pada analsis regresi linier berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Novitasari, E. C., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI TAHUN AKADEMIK 2022/2023. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 2076–2090.
- Oping, S. B., Mangantar, M., & Poluan, J. G. P. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Online Shop Gemini. Luxury). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 233–242.
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 77–87.
- Pengenggar, G., Hidayat, W., & Nurseto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen “Warung Kopi Tunjang Cafe and Restaurant” Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 155–163.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62–69.
- Pratiwi, D. E., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Mr. K Cafe Cabang Jl. Ki Mangunsarkoro 15 Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 223–229.
- Purba, E. C. (2020). Kembang telang (*Clitoria ternatea* L.): pemanfaatan dan bioaktivitas. *Jurnal EduMatSains*, 4(2), 111–124.
- Puspitaningtyas, Y. A., & Saino, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(4), 545–558.
- Putri, D. U. P., & Baharza, S. N. (2023). Pengaruh konsumsi teh bunga telang (*Clitoria Ternatea*) sebagai alternatif antioksidan dan booster imunitas pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Permas: Jurnal Ilmiah Stikes Kendal*, 13(1), 109–118.

- Putri, J. A., Rahayu, E., & Hardiani, W. A. A. (2022). PENGARUH PACKAGING, PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS NITEN JAMU SEMARANG). *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 1–14.
- Putri, L. A., & Amanah, L. (2017). Pengaruh Leverage, Intellectual Capital Dan Ownershipstructure Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 6(8).
- Putri, M. T., Aditama, D. S., & Diyanty, D. (2019). Efektivitas aromaterapi sereh (*cymbopogon citratus*) dengan teknik relaksasi genggam jari terhadap penurunan nyeri pasca sectio caesarea. *Wellness and Healthy Magazine*, 1(2), 257–276.
- Putri, R. A., Pujiyanto, T., & Putri, S. H. (2021). Analisis Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Minuman Milktea oleh Mahasiswa Universitas Padjadjaran di Jatinangor. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(4), 1095–1106.
- Qadrina, S., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Boba Pada Usaha Aus di Bangka, Pela Mampang, Jakarta Selatan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8996–9005.
- Rafi Ayu, K., & Iranita, I. (2021). **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KERIPIK TEMPE SARIMAS KOTA TANJUNGPINANG**. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Rasmikayati, E., Fauziah, Y. D., Trimo, L., Kusumo, R. A. B., & Saefudin, B. R. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen Produk Olahan Mangga Ditinjau Dari Aspek Demografis, Geografis, Psikografis Serta Perilaku Konsumen Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Mimbar Agribisnis*, 7(2), 1618–1638.
- Retnowati, E., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2021). Pengaruh pencapaian kepuasan konsumen rumah makan berdasarkan kesan kualitas produksi dan harga. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1381–1388.
- Rokhmah, L., & Sari, A. N. (2024). PENGEMBANGAN PRODUK OLAHAN BUNGA TELANG SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KETAHANAN EKONOMI RUMAH TANGGA DI MOJOSONGO, SURAKARTA. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Kepulauan Lahan Kering*, 5(1), 8–17.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Marsha, I. M. A., Ramadhani, N. S., Jahzy, C. A., & Wijaya, M. G. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Restoran Modern dan Tradisional. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 467–472.
- Sari, F. Y., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 (studi kasus pada Grandfather Coffeeshop Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(4).
- Sari, I., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 1(2), 74–81.
- Sari, M. R., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya

- Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Volume*, 6, 5490–5500.
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap keputusan pembelian pada produk kara santan PT Enseval Putera Megatrading, Tbk. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 46–59.
- Sinaga, I. A., Larasati, A. N., Walga, R. P., Napitupulu, F., Pasaribu, M. K. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2022). Peningkatan Penjualan Lokal Pada UMKM PT. Kreasi Lutvi Sejahtera Melalui Penerapan Laporan Keuangan Digital Dan Strategi Marketing Mix. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 274–285.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63–71.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Sumartini, S. (2020). Analisis bunga telang (clitoria ternatea) dengan variasi ph metode liquid chromatograph-tandem mass spectrometry (lc-ms/ms). *Pasundan Food Technology Journal (PFTJ)*, 7(2), 70–77.
- Swarjana, I. K., & SKM, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Tj, H. W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian minuman bobba yang dimediasi oleh strategi promosi (studi kasus: konsumen chatime Tanjung Duren). *Syntax Literate*, 5(12), 1566–1575.
- Tulong, D. R. P., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Productivity*, 3(1), 36–40.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online shopping: perspektif pemasaran agribisnis. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 136–146.
- Wicaksono, I. S., & Satrio, B. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kue Purimas 3 Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).

- Widjajati, E. P., Aryanny, E., & Donoriyanto, D. S. (2024). PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN USAHA PRODUK MINUMAN HERBAL TELANG PANJARE DI DESA GUNUNG ANYAR. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(2), 513–519.
- Wowor, S., Massie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Seruput Coffee Company Tomohon di Masa Pandemi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1472–1481.
- Yahya Hamja, M. M., & Ela Patriana, M. M. (n.d.). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Mitra Nelayan Tanara Serang Banten)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Yulius, K. G., Chriselina, C., Darmadi, D., & Sianipar, R. (2023). Preferensi Generasi Z dalam membeli minuman ukuran venti di Starbucks Harapan Indah Bekasi Barat. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 11(1), 47–58.
- Yusuf, M. A., Herman, H., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis regresi linier sederhana dan berganda beserta penerapannya. *Journal on Education*, 6(2), 13331–13344.