

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. (2018). Manajemen Ekuitas Merek. In *Mitra Utama*.
- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Pendidikan Tambusai*, 4(1).
- Ahdiat, A. (2023, June 2). *PDB Indonesia 2022 Tembus Rp19 Kuadriliun*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Aprilisyana, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Amalia di Kabupaten Tegal. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi*
- Arikunto, S. (2014). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta. *Arikunto, Suharsimi 2014*, 53(9).
- Astuti, A. D., & Febriatmoko, B. (2023). Diferensiasi Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium*, 20(1).
- Badjamal, F. A., Rezal, M., Kamal, Latoki, L., Ahmad, Said, I. M., & K, Ningsih. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2).
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta Solusinya. *Info Singkat*, 13, 1–6.
- Devina, Y. H., Pujiantio, T., & Kastaman, R. (2021). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Yoghurt di DKI Jakarta. *Agrikultura*, 32(2).
<https://doi.org/10.24198/agrikultura.v32i2.32651>
- Engel, J., Blackwell, R. D., & Miard, P. W. (2020). *Perilaku Konsumen* (6th ed., Vol. 1). Bina Rupa Aksara.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, INInovasi Produk dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1).
- Fahreza, S. A., & Sugiat, M. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro. *E-Proceeding of Management*.
- Febi, F., Astuti, Y., Zulkarnain, M., & Mukarramah. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasuke Cikarasa Langsa. *Jurnal Investasi Islam*, 4(2). <https://doi.org/10.32505/jii.v4i2.1371>
- Feranita, N. V. (2020). *Manajemen Strategi, Formulasi, Implementasi dan Evaluasi*. Mandala Press.
- Ghozali, H. I. (2021). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., et. al. (2006). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLSSEM)*. SAGE Publications.
- Hamidah, W., Rismansyah, & Kurniawan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kecantikan MS GLOW di Kota Palembang. *Journal Of Management*, 16(3), 675–682.
- Handayani. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian di Zalora Online Shopping. *Universitas*

- Gunadarma Jurnal*, 15(4).
- Handayani, S., Viana Feranita, N., Dwimahendrawan, A., Tinggi, S., Administrasi, I., & Jember, P. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang. In *Jurnal Penelitian Ipteks* (Vol. 8, Issue 1).
- Hasbullah, M. (2022). *Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian*.
- Hastari, S., Akramiah, N., & Amira, A. H. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mebel MARDI JAYA Kota Pasuruan*.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(2).
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3). <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Infografis Data Statistik Ekonomi Makro Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. <https://bankdata.kemendparekraf.go.id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2021/2022. In *Kementrian Pariwisata & Ekonomi Kreatif* (Vol. 1, Issue 1). Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif. <https://tasransel.kemendparekraf.go.id/outlook-pariwisata-and-ekonomi-kreatif-indonesia-2021-2022/show>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023a). *AKI 2023*. <https://Aki.Kemendparekraf.Go.Id/>. <https://aki.kemendparekraf.go.id/>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023b, February). *Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI) 2023 Kembali Digelar*. <https://kemendparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/apresiasi-kreasi-indonesia-aki-2023-kembali-digelar>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2*. In *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. In *Marketing Management*.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *The Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.
- Meiria, E. (2017). Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Anak Usia Sekolah Dasar di Kota Depok. *ESENSI*, 7(1). <https://doi.org/10.15408/ess.v7i1.4783>
- Moputi, B. R., Tolinggi, W. K., & Boekoesoe, Y. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ukm Flamboyan di Kota Gorontalo. *Jurnal Agribisnis*, 3(1).
- Natanael, K. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Generasi Y di Surabaya. *Agora*, 8(1).
- Nurachman, M. H. (2021). Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1).
- Rachmasari, A. D., & Suprpti, N. W. S. (2022). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis UKM Kedai Kopi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i02.p06>
- Rusniawan, A. N., & Santoso, T. (2021). *Analisis Pengaruh Harga, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Makanan Online Bosse Ayam Panggang Khas Solo* (Vol. 9, Issue 1). <https://gofood.link/u/bg1e8>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan. Pengembangan-Keahlian. Jakarta. Salemba Empat.*
- Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial. In Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial.*
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2019). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. 19(1).*
- Sugiyono. (2016). *Sugiyono, Metode Penelitian. Uji Validitas.*
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi (1st ed.). Andi Offset.*
- Sundari, T. (2023). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Pembelian Konsumen Mie Gacoan di Probinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.*
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). *Perilaku Konsumen. Eureka edia Aksara.*
- Taini, V. A., Purnomowati, R., & Rochaeni, S. (2021). *Pengaruh faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Bunga Potong Studi Kasus Pondok Lily Rawa Belong, Jakarta Barat). Sharia Agribusiness Journal., 1(2).*
- Tarigan, B. I., Lopian, S. L. H. V. J., & Tampenawa, J. L. A. (2022). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Saroha di Kota Manado. EMBA, 10(1).*
- Veranica, T., Syahirman, M., & Sayuti, J. (2022). *Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Songket di Toko Mawar Songket. Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis, 1(2).*

