

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Taufiq. 2019. *Manajemen Ritel*. PPM, Jakarta.
- Anita, Susanti. 2021. *Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Minimarket Indomaret Dengan Almarket di Komplek Cahaya Kemang Permai Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi*. Universitas Negeri Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2020. *Prosedur Penelitian (suatu Pendekatan Praktik)*, Edisi Revisi V, Jakarta: Rineka Cipta
- Asashi, T., & Sukaatmadja, I. 2022. *Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(4), 251977.
- Curatman, A. dkk. 2022. *Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 61–75.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. 2021. *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi*. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 1–15. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12175>
- Firnidia, Linda. 2022. *Pengaruh Promosi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Jepara*. Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Ghozali, Imam. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 21 Update PLS Regresi Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. 2022. *Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580–6609. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/23687/15756>
- Hanafi, Imam. 2020. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online Pada Swalayan Indomaret Klakah Kabupaten Lumajang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- <http://www.hukumonline.com/pusatdata/download/fl56041/node/28029>(diakses 26/02/2022).

- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Julianan. 2022. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Amstrong. 2022. *Prinsip-prinsip pemasaran 1*. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K. Lane. 2021. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jilid II. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, E.A dan Riduwan. 2020. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*, Bandung: CV Alfabeta
- Manambing, A., Mandey, S., & Tielung, M. V. 2018. *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online (Studi Kasus Umkm Kuliner Tinutuan Di Manado)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3803–3812.
- Ma'ruf, Hendri. 2019. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Mahmudah, Siti. 2020. *Pengaruh Kepemimpinan, Produk, Kualitas Layanan, Lingkungan Kerja, Kualitas Layanan dan Kompensasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada LKMS BMT Jaringan Muamalat Center Indonesia Wilayah DIY)*. Skripsi. Jurusan Keuangan Syariah Fakultas Suar'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mashuri dan Zainuddin. 2020. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama 110
- Mathis, Robert L. dan John H. Jackson. 2022. *Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Grafindo
- Mudrajad Kuncoro, 2021. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mujahidah, R. M., & WiwoH0, G. 2021. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(5), 960–975. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/946>
- Munir, M. Misbakhul, . 2022. *Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online Pada Minimarket Permata di Kecamatan Balapulang*. Universitas Diponegoro Semarang.

- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2020. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga
- Nawangarsi, P., Nurjanah, A., & Isa, M. 2021. *Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening Peningkatan Keputusan Pembelian Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel I. The 14th University Research Colloquium 2021*, 51–65.
- Niti Susastro, Mulyadi. 2021. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Nofrizal, N., Aznuryandi, A., N, A., Affandi, A., & Juju, U. 2021. *Pengaruh keunggulan bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online pengrajin rotan Pekanbaru. Journal of Business and Banking*, 10(2), 279. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i2.2487>
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2022. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Peter, J. Paul & Olson, Jerry C. 2018. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Terjemahan Dimas Sihombing) Jakarta: erlangga.
- Priyatno, Duwi. 2019. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Teknik Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Gava Media.
- Purnomo, R. A. 2018. *Analisis Statistik dengan SPSS*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2020. *Manajemen* (edisi kesepuluh). Jakarta: Erlangga
- Saladin, Djaslim. 2022. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat. Bandung: Linda Karya.
- Santoso, S. 2020. *Statistik Multivariat*, Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Sekaran, Uma 2020. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singgih Priatmaji Sasongko. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas layanan, Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Online di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Subagja, I. K. 2021. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Celana Merek Jeans Di Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.525>
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*.

Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung :Alfabeta.

Suharyadi & Purwanto, S. 2020. *Statistika : Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi Pertama. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.

Sulaeman, M. 2018. Pengaruh *Endorser*, Orientasi Pasar, dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan *Online* (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 154–166. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>

Swasta, Basu. 2020. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.

Teguh Santoso, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, Yogyakarta: ORYZA, 2022, h. 178.4 2(Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2020, h. 218

Terence A. Shimp. 2022. *Periklanan Produk dan Aspek Tambahan Harga Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Tjiptono. 2021. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.

Tjiptono. 2022. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Andi Yogyakarta.

UU. No 20 pasal 1 dan pasal 6 tahun 2022 tentang UMKM.

William J. Stanton. 2019. *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Wilhelmus W. Bokowatun*. Jakarta: Erlangga.

Yusrizal. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kompensasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat*. Jurnal Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Taman Siswa Padang.