

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R., Florentina, E., Simanjorang, S., & Ritonga, M. (2024). Strategi Pemasaran Dimsum Kiano Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Dikota Rantau Prapat. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 10 (3).
- Ardiansyah, Jailani, M. S., & Risnita. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Arianto, F., Hayati. W. N., Aslichah. (2024). Pengaruh Pemasaran Produk Makanan Dan Minuman Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Hanamie Gudo: Pemasaran produk makanan, Pemasaran Produk Minuman, Minat Beli Konsumen. *EBA Journal: Journal Economic, Bussines and Accounting*, 2, 213–230.
- Baradatu, K. S. C., Rasyid, H. Al, Anungputri, P. S., & Herdiana, N. (2023). Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Produk Dimsum Moresto Di Kota Bandar Lampung, Lampung. *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan*, 2(1), 1–14.
- Berliani, D., Lubis, J., & Halim, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk My Dimsum. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1655–1668 <http://journalnusantara.com/index.php/EKOMA/article/download/3757/3032>
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, *Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches*.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spps (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R²)*. Jakarta: Guepedia.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar, 2022. Data Jumlah UMKM di Kota Makassar 2019-2021.
- Djuanda, E. M. G., Yasa, I. V. S. N. N. K., Tasrim, P. L. D. R., Wardhana, A., Atika, I. G. N. J. A. W. K. H. D. A. E. Y., & Ismail, R. S. (2023). *Manajemen Strategik: Manajemen Strategik*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Fadiyanto, R., & Kurniawan, R. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *ECOBUSS : Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1).

- Faradila, S. M., Kusnadi, E., & Soeliha, S. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Dengan Minat Beli Produk Fashion Muslim Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(2), 256. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i2.1867>
- Fariska, M. H., & Widodo, T. (2021). Pengaruh Marketing 4.0 Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Dengan Customer Satisfaction Kasus Pada E-Commerce Sayurbox the Effect of Marketing 4.0 on Purchase Intention Mediated With Customer Satisfaction Case on E-Commerce Sayurbox. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 7966–7978.
- Fibri, D. L. N., & Frøst, M. B. (2019). Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia. *Appetite*, 133(October 2018), 61–69. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.10.026>
- Ghifari, M. F. A., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12 (2), 13–23.
- Husna, A., & Aryani, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Korean Food (Studi Kasus Konsumen Gildak Di Jakarta Timur). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1).
- Irianto, Fitriani, D., & Arahman, E. (2021). Analisa Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Jajanan Pasar Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Delta Pawan Kabupaten Ketapang. *Journal of Food System and Agribusiness*, 5(1), 19–27. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v5i1.1790>
- Khong, R., & Tandiwan, J. (2024). Pengaruh Citra Merek, Variasi Menu, dan Pemasaran Sosial Media terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Restoran Dimsum Mamatjoe Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(1). <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3510>
- Lia, F. M., Aini, K. N., Aprilia, S., Zuhria, M. Z., Kusumasari, I. R., Ramadhani, S. P., Studi, P., Bisnis, A., Sosial, F. I., & Pembangunan, U. (2025). Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Secara Online Dan Offline Pada UMKM Dewfh Dimsum Di Sidoarjo. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat(AJPKM)*, 9(1), 157–166.
- Lidyasuwanti, A. (2017). Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan *Brand trust* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 6(2). <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.105>

- Listyaningrum, R. S., Alfatah, R. F., Amelianawati, M., Khairunnisa, Z., & Arelly, F. S. (2024). Pendampingan Peningkatan Kualitas Produksi dan Legalitas Produk UMKM Dimsum Eat'eung di Kecamatan Cileunyi. *Warta LPM*, 27(3), 479–489. <https://doi.org/10.23917/warta.v27i3.6911>
- Lukitaningsih, A., Ningrum, N. K., & Muttaqin, F. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Product Quality dan Service Quality terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Pelanggan Mie Gacoan Yogyakarta). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1). <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.794>
- Lumbantoruan, A., & Marwansyah, M. (2023). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Makanan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(3), 143–152. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i3.4398>
- Mahgfiroh, T., & Yuniati, T. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Dan Location Terhadap Minat Beli Dim Sum Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(3).
- Marijan, M. F. A., & Kusdiyanto. (2024). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli (Studi pada konsumen produk makanan organik di Kabupaten Karanganyar)*. 1–16.
- Marini, S., Suhandi, T. A., Adam, R. K. J., Lu'luwatin, & Aprilia, R. (2017). *Jurnal Pariwisata Vokasi Tinjauan Minat Beli Pelanggan Di Komuka Kafe Jakarta*. 5(1), 17–30.
- Mulyana, R., Purwanti, R. S., & Setiawan, I. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Industri Produk Keripik Mekarsari). *Bussines Management and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 21–33.
- Munir, M., & Nisa, S. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Asal Negara, dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang McDonald's Sedati Sidoarjo. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(2), 37–42. <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/view/230%0Ahttps://journal.fkpt.org/index.php/jtear/article/download/230/138>
- Nalurita, S., Setyowati, L., & Widyatama, K. (2024). Tantangan dan Peluang Ekonomi Pedagang Dimsum. *Perfect Education Fairy*, 2(3), 163–172. <https://doi.org/10.56442/pef.v2i3.846>
- Nevilia, K. R., Kusuma, I. G. N. A. E. T., & Atmaja, N. P. C. D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan *brand trust* terhadap Minat Beli pada Coffeshop Ruang Bebas Kopi di Denpasar. *Values*, 4(1), 115-130.
- Ningsih, R. A. A. S., & Bawono, Y. (2016). Hubungan antara Perilaku Konsumtif pada Produk X dengan Citra Diri Remaja Putri. *Mediapsi*, 02(01), 45–50. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2016.002.01.6>

- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1). <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Priyatno, D. (2023). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS dan Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Putri, D. F., Saputra, E., Mulyadi, T., Abnur, A., & Hardini, W. (2023). Pengaruh Promosi dan Popularitas Merek Terhadap Volume Penjualan Kangen Dimsum Batam. *Jurnal Mekar*, 3(1), 25–31. <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/mekar-btp/article/view/288>
- Putri, N. N., Sutrisno, J., & Sundari, M. T. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Dimsum Uma Yum Cha di Kota Surakarta. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 2(1), 26. <https://doi.org/10.20961/agrisema.v2i1.73867>
- Renggo, Y. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*. Bandung: Mediasi Sains Indonesia.
- Rohmah, N. F. (2019). Struktur dan Desain Organisasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 1–13.
- Saefuddin, M. T., Wulan, T. N., Savira, & Juansah, D. E. (2023). Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(6).
- Sandy, A. K., Widayati, I. A., & Sugiyanto, H. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Cafe Morning Mate Di Kota Malang Terhadap Minat Beli Konsumen Cafe Morning Mate Ananta. *SAB* 2(1), 323-336.
- Santoso, T. A., & Mardian, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Dan *Brand trust* Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Ekonomi & Bisnis*, 19(1). <https://doi.org/10.32722/eb.v19i1.2789>
- Setiawan, M. F., & Japarianto, E. (2021). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol.1*(1), hal.1-6.
- Siregar, N., & Ovilyani, R. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkomcabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 65–76.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1). <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2086>
- Sutisna, I. (2020). Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1).
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1).
- Ujia, N., Munawaroh, R. S., & Mawardi, I. (2018). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2), 31–40.
- Wardi, P. A., & Dethan, S. H. (2024). Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dimsum Asap Wangi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 35–41. <https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist>
- Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *STATMAT: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1). <https://doi.org/10.32493/sm.v1i1.2377>
- Zulkarnain, V. C. (2021). Pengaruh Brand Image Dan *Brand trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kacang Mayasi. *PERFORMA*, 6(3). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2521>