

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. G. G., & Yasa, N. N. K. (2024). *Niat Beli Ulang: Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk*. Media Pustaka Indo.
- Adypurnawati, M., & Hariani, D. D. (2019). Inovasi Lapor Hendi (Layanan Aspirasi Dan Pengaduan Online Rakyat) Di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 8(2), 16–31.
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Lugas Jurnal Komunikasi*, 5(1), 66–72. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559>
- Anisa, S. N., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen* (D. Sihotang (ed.)).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- As'ad, A.-R. H., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res*, 3(1), 335.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 21(2013), 1–15. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 1–22. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.6>
- Binaga Nasution, U., Syarweny, N., Erlangga, H., Antonius Geli Koten, R., Arifin, Y., T. Lisbet, Z., Nurwanto, N., Darman, & Garliani, G. (2024). *Buku Ajar Pengantar Bisnis* (Efitra & N. Safitri (eds.)). Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Chinta Yurike Utomo, Efni Anita, & Nurrahma Sari Putri. (2024). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan Online Customer Review di Aplikasi Pesan Antar Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Eloka Corndog Kota Jambi. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 132–145. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2090>
- Dananjaya, Miranda, A., & Thalib, S. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital dan Inovasi Layanan terhadap Minat Beli Batik Tradisional Cirebon dengan Nilai Pelanggan sebagai Vaariabel Intervening (studi empirik: Batik Trusmi

- Cirebon). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 4(2), 131–146.
- Darmawan, E. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(3), 323–329. <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia>
- Delafrooz, N., Taleghani, M., & Taghineghad, M. (2013). *The impact of service innovation on consumer satisfaction*. 3(5), 127–144. <http://www.ijmra.us>
- Digdownseiso, K., Lestari, R., & Safrina, D. (2022). Pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap minat beli konsumen melalui brand image produk kecantikan di aplikasi sociolla. *Syntax Literate*, 7(3), 2930–2947.
- Dika Prawita, Agus Dwi Cahya, E. S. (2022). Pengaruh Service Innovation dan Perceived Usefulness terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Marketplace Melalui Intervening Kepuasan Di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(8.5.2017), 2003–2005.
- Dyah Pertiwi, M., Nurlenawati, N., Patricia Anggela, F., Studi Manajemen, P., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Skincare di Tiktok Shop (Survei pada Karyawan PT Chang Shin Indonesia). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(5), 886–895. <https://doi.org/10.47233/jeps.v4i5.2012>
- Fachreza, D. Z. (2020). *Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, persepsi nilai, dan citra toko terhadap niat pembelian*.
- Fadillah, M. N., & Ludiya, E. (2024). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Mie Kasuka Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Edunomika*, 8(3), 1–15.
- Faizathul Octavia, Y. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Ayam Square (Studi Pengguna Instagram & Tiktok Di Kota Mataram). *IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics*, 2(1), 16–22.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariase Dengan Program IBM SPSS 25* (A. Tejkusumo (ed.); 9th ed.). Undip.
- Gunelius, S. (2011). *Content Marketing Strategies For Dummies*.
- Hs, I., & Utami, C. K. (2023). Inovasi Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Minat Beli Konsumen Restoran Cepat Saji Setelah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (Jisip)*, 7(3), 2060–2070. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5147/http>
- Hudiyah, I. F., Jihanuri Nisrina, S., Hidayat, R., & Kusumasari, I. R. (2024). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Hijab Pada Konsumen Generasi Z. *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 9(8), 61–70. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/6608>

- Hutapea, H., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 168–174. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/2232%0Ahttps://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/download/2232/682>
- Indrasari Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. unitomo Press.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan. *Ecopreneur*.12, 4(2), 122. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>
- Jumizar, M. N. (2019). *Sponsorship Dimoderasi Oleh Citra Merek yang Berimplikasi Pada Minat Beli (Studi Pada Pengguna Gojek Wilayah Bandung)*. 1–23.
- King, B., & Jatiasih, D. I. (2023). Pengaruh Promosi Instagram Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Cepat Saji Burger King Di Jatiasih. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(1), 11–22. <https://doi.org/10.35968/mpu.v13i1.1021>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (J. Purba (ed.); 12th ed.). PT INDEKS.
- Lahay, Y. N. A., Yantu, I., & Monoarfa, V. (2025). Pengaruh persepsi harga, citra merek, dan endorsement terhadap minat beli produk ms glow di kota gorontalo. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(1), 76–82.
- Liana, M. A., Setyani, N. S., & Jombang, S. P. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Melalui Whatsapp Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Jombang. *Journal Conference on Research and Community Services*, 1, 355–366.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal Emba*, 10(1), 185. <file:///C:/Users/acer/Downloads/iogi2018,+07.+Glorya+Priscilla+Maino..+OK.pdf>
- Marie, A. . L., Anggiani, S., Arafah, Y., & Jasfar, F. (2021). The Role of Service Innovation to Increase Purchase Intention Through Customer Satisfaction And Corporate Reputation, Moderated By Chse (Cleanliness, Health, Safety & Environmental Sustainability) On 5 Star Hotels In Jakartaduring Covid-19 Pandemic. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 10(7), 23–31. <https://doi.org/10.35629/8028-1007032331>
- Mufidah, I., & Darmawan, D. (2025). *Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli pada Skincare*.
- Muzizah, C. N., Cardias, E. R., & Ermawati, E. A. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Tamu di

- Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 91–103. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76840>
- Noviyanti, F., & Rahman, T. (2025). *PENGARUH PROMOSI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PANGERAN STUDIO TABALONG*. 8, 378–390.
- Pandelaki, B. K. M., Mandey, S. L., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Di R-ZONE Cafe Langowan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 312–332. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45878>
- Pane, D. N., Dayu, W., & Hasanah, N. (2024). *Determinasi Minat Beli Konsumen. Serasi Media Teknologi*. https://www.google.co.id/books/edition/Determinasi_Minat_Beli_Konsumen/VZU0EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Permana Aji, W. (2024). *Pengembangan Produk Inovatif Dari Ide, Produksi, Peluncuran, hingga Pemasaran* (N. Hidayati (ed.)). Hikam Media Utama.
- Prasadhya, I. B. G., Nggili, R. A., Junaldo, J., & Angga, D. R. (2024). Aplikasi Whatsapp Sebagai Media Marketing Digital Untuk Mempromosikan dan Meningkatkan Produktifitas Kue Kacang Sari Rasa Prima. *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.61231/mjeec.v2i1.221>
- Pratiwi, M., & Syukur, A. T. (2018). Inovasi Pelayanan Publik “Motor Pelayanan Lorong Ta” Pada Kantor Kecamatan Rappocini Kota Makassar Public Service Innovation “Motor Pelayanan Lorong Ta”” At Rappocini District Office of Makassar City.” *Jurnal Administrasi Negara*, 24, 1–10.
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Priantoro, B. (2021). *Whatsapp Status Sebagai Media Marketing Komunikasi Dalam Mempromosikan Sebuah Produk*. September, 713–720.
- Ramayana, S., & Fadli, M. (2025). Pengaruh Media Sosial, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1905–1911. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.766>
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (Jms)*, 2(1), 41–60. <https://doi.org/10.52103/jms.v2i1.320>
- Rojikun, A. (2022). Dampak promosi media sosial terhadap keterlibatan pelanggan dan minat beli pada usaha mikro menengah dan kecil. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 96–103.

- Safrizal, Isnaini, T., & Zulfikar. (2024). *Pengaruh Inovasi Pelayanan Dan Kinerja Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Telkomsel (Studi Kasus Pada Pengguna Paket Data Telkomsel Di Padang Tiji)*. 2(2), 45–56. <https://doi.org/10.47647/MAFEBIS.v2i2.590>
- Sahab, A. (2019). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Airlangga University Press.
- Saifulloh, M., & Raharjo, S. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Raja Hp Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(1), 84–101. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i1.899>
- Salma, N. L. (2024). *Pengaruh Inovasi Layanan, Viral Marketing, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kedai Pinara Semarang)*. 4(3), 533–543.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Tempat Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/lucrum/index>
- Sari, S. M., & Rijali, N. F. (2023). *Pengaruh Promosi Berbasis Media Sosial Whatsapp Terhadap Keputusan Pembelian Produk HWI Pada Distributor Center HWI Tanjung Tabalong*. 6.
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2021). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. *Performa*, 5(3), 252–261. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1776>
- Setiawan, R. A., Askolan, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Doktor Manajemen (Jdm)*, 6(2), 188. <https://doi.org/10.22441/jdm.v6i2.21900>
- Sucipto, T. N. (2022). Pengaruh Sistem E-Filing Dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Penyampaian Spt Tahunan (Studi Kasus Pada Satuan Zidam Ibukit Barisan). *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 7(1), 46–57.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kalitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (27th ed.). Alfabeta.
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Tapparan, S. R., Justian, J., & Nursita, L. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Grand Residence Makale Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 2(2),

261–284. <https://doi.org/10.47178/jesit.v2i2.1380>

- Utami, F. Z., Suryadi, A., & Widiarti, A. (2021). Pengaruh penggunaan promosi media sosial dan harga terhadap minat beli konsumen pada produk cafe hazey. *Jbes*, 2 No. 2, 36–49.
- Valentino, O., & Agung Surianto, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Inovasi Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Dulin Diluk. *Jurnal Akmami*, 3(1), 87–96.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>
- Wijana, P. A., Martini, K. B., & Mataufue, R. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Maya Sanur Resort & Spa. *Jurnal Stb Runata*, *Jurnal Majalah Ilmiah Widyacakra*, 6(2), 57–72.
- Yulianto, M. R., & Imawati, A. P. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone iPhone. *Benchmark*, 5(2), 63–71. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v5i2.598>