

DAFTAR PUSTAKA

- Aina, M., Soebiantoro, U., & Zawawi. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Iphone. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 3993–4003. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4456>
- Aisyah, S. (2021). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal*, 3(2), 198–206.
- 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>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Asyarifa, A. A., Prathisara, G., & Dahlan, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Hashtag Engagement # Generasikultitsehat Terhadap Minat Beli Produk NPURE (Survei Followers @ npureofficial) Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Sastra , Budaya , dan Komunikasi , Universitas Pendahuluan Di era digital , media me. *Jurnal Paradigma: Journal of Sociology Research and Education*, 5(2), 579–588.
- Azhari, A., Hairudinor, H., & Rahmawati, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Vinila Textile Dan Accessories. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(1), 36–51.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.
- Brand, P., Terhadap, A., Beli, M., & Com, T. (2021). *Jawa Barat The Effect Of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Tiket . Com Of West Java*. 8(1), 164–170.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(1), 67. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v13i1.13414>
- Damayanti, E., Rizal, M., & Athia, I. (2023). Pengaruh Youtuber Gadget Review, Desain, Customer Trust dan Kelengkapan Fitur Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 1763–1771.
- Della Irona, V., Triyani, M., Fakultas, M., & Management, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm) Corresponding author: Vitra Della Irona. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 174–185.
- Dewi, I. C., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Foto Produk, Lokasi, Dan

- Pengalaman Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Khoyiir Store Tulungagung. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(8), 2015–2026.
- Erland Hamzah, R., & Eka Putri, C. (2020). Analisis Self-Disclosure Pada Fenomena Hyperhonest Di Media Sosial. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 223–229. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Faizy, A. F., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Citra Merek , Kepercayaan Merek , dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Handphone Vivo di Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 618–633.
- Feny, W. R. (1903). *Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beautyhome di Demak) Abstrak*. 5(c), 168–181.
- Firman, D. A. (2023). *The Impact of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions*. 10(1), 266–277.
- Fraenkell, J. R., & Wallen, N. E. (2016). How to Design and Evaluate Research in Education. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Ghozali. (2018). *BAB III Metode Penelitian: Gambaran Umum Objek Penelitian*. 82–96.
- Giovandhi, L., & Adlina, H. (2023). *The Effect of Product Quality and Brand Love on Repurchase Intention on Apple Brand (Study on Generation Z Students Using Apple Products at the University of North Sumatra)*. 3(2), 64–72.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hasanah, N., & Fatmawati, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Katering Shobia Di Kelurahan Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 41–48. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.107>
- Hikmawati, F. (2020). Metodologi Penelitian. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). PT. Rajagrafindo Persada.
- Ikhsani, K., Catur Widayati, C., & Endah Retno Wuryandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.31>
- Julitriarsa, D., & Ulang, M. B. (2021). Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang Pada Pembelian Produk *skincare Di E-Commerce Shopee*. 2(2), 287–300.
- Lado, Y. H. P., Moniharapon, S., Poluan, J. G., Lado, Y. H. P., Moniharapon, s., & poluan, j. G. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , Dan Harga Terhadap Minat Beriklan Di Radio Montini 106 Fm Manado The Influence Of Product Quality , Promotion , And Price On Advertising Interest On Radio Montini 106 Fm Manado Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 .* 10(4), 995–1006.
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.564>

- Lestari, E. (2024). *Persepsi Konsumen Mengenai Harga , Lokasi dan Kualitas Pasar Terhadap Minat beli Konsumen di Pasar Klandasan*. 13, 133–138.
- Lestari, I., Manullang, M., Butar-butur, R. S., & Daulay, Z. R. (2005). *The Effect Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers In Medan City*. 1321–1326.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Maharani, S., & Dirgantara, I. M. B. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Immersion Saat Live Streaming Syaria Shopping Serta Pengaruhnya Kepada Minat Pembelian (Studi Pada Social Commerce Tik Tok Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2942. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9854>
- Marwiyah, A. S. (2022). *Mimbar Kampius : Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*. 21, 96–103. <https://doi.org/10.17467/mk.v21i2.884>
- Maryati, & Khoiri, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen*, 5(1), 101–119. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i1.1515>
- Nathani, D., & Budiono, H. (2021). Pengaruh kepercayaan, popularitas, dan citra merek terhadap minat beli produk kamera sony. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 953–961.
- Novita, D. (2022). Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). 2(1), 55–66.
- Nurfitri, A. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Wilayah DKI Jakarta*. 3, 1296–1312.
- Of, J., Small, M., & Enterprises, M. (2022). *Caniago, et al/ JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's) Vol 15, No. 3, November 2022*, p367-378. 15(3), 367–378.
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.126>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (p. 200).

- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Putra, A. A. R. (2022). Analysis Of Product Quality, Brand Image, And Country of Origin On Interest To Buy Oppo Smartphone (Case Study On Employees Of Air Anyir Bangka PLTU) Ahmad Alif Rahmadisa Putra. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 24(1), 19–35.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rachmawati, A. F. (2024). (Studi Pada Konsumen Uniqlo Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(8), 1–17.
- Ramadhan, A., & Tamba, R. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan E-wallet Gopay di wilayah DKI Jakarta*. 3(2), 134–139.
- Ratulangi, U. S. (n.d.). S.S.R.Loindong, L.O.H.Dotulong, J.S.B.Sumarauw *Pengaruh Kualitas* 11(3), 1627–1641.
- Renaldi, P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum Dalam Kemasan Merek Nescafe di Singaraja*. 5(2), 163–170.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian* (T. Koryati (Ed.)). Penerbit KBM Indonesia.
- Samsudin, A., & Islami, H. H. (2023). *Sistem Pengaduan Masyarakat Menggunakan Metode Agile Extreme Programming*. 2(1), 214–226.
- Santoso, G. E. M., & Mahargiono, P. B. (2023). (Studi Kasus Pada Mahasiswi Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 1–16.
- Sari, N. K., & Kusuma, W. A. (2022). Pentingnya Teknologi Infromasi Dan Komunikasi Pada. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang*, 4(1), 1–6.
- Sartika, D., Waris, A., Niaga, A., & Malang, P. N. (2023). *Pengaruh pengalaman konsumen dan potongan harga terhadap minat beli ulang konsumen pada produk emina*. 43–50.
- Segmentasi, P., & Dan, P. (2022). Produk Laptop Hp Di Primajaya Technology Medan Skripsi Oleh : Victor Rony Paulus Simanjuntak Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area Medan *Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekono*.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Jurnal Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 201–212.
- Simanjuntak, G. M., & Kunci, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Perceived Price , dan Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen TV dari Jepang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen*. 6(2), 2351–2361.

- Soebiantoro, U., Aminah, S., & A, E. E. Y. (2022). *The Effect of Brand Image and Price Perception on Asus Laptop Purchase Decision*. 1(1), 279–284.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Surahman, Mochamad Rachmat, S. S. (2016). Metodologi Penelitian. Nursuci Leo Saputri.
- Susanto, Y., & Realize. (2022a). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia Yerry. *Jurnal Universitas Putera Batam*, 5(12), 508–518.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022b). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Thoharudin, M., Hindrayani, A., Maret, U. S., Marganingsih, A., Relita, D. T., Pelipa, E. D., Fitria, F., Bina, U., Lubuklinggau, I., Syahrudin, H., Ulfah, M., Asriati, N., Johan, S., Suriyanti, Y., & Mujib, A. (n.d.). *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap. *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 84–94. <https://doi.org/10.53866/jimi.v1i2.8>
- Tsaniya, R., Luh, N., & Sayang, W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt*. 5(1), 32–39.
- Uviyanti, S., Pramuka, B. A., & Putri, N. K. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pembelian Pada Sistem E-Commerce Dengan Kepercayaan Sebagai Pemediasi. *Journal of Public Accounting (JPA)*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.30591/jpa.v2i1.3438>
- Wajdi, F., Seplyana, D., Juliastuti, Rumahlewang, E., Fatchiatuzahro, Halisa, N. N., Rusmalinda, S., Kristiana, R., Niam, M. F., Purwanti, E. W., Melinasari, S., & Kusumaningrum, R. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Washil, M. Z., Afandi, M. F., & Sumani. (2023a). Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4(2).
- Washil, M. Z., Afandi, M. F., & Sumani, S. (2023b). pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4(2), 83–96. <https://doi.org/10.24853/jmmb.4.2.83-96>
- Widagdo, H. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Word Of Mouth , Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Laptop Merek Acer Di Kota Palembang*. 2(2), 132–142.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2), 96–102.
- Zati, M. R., & Iqbal, M. (2017). Pengaruh Pengalaman Terhadap Loyalitas Konsumen di Alfamart Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 749–759. <https://doi.org/10.33059/jseb.v8i2.432>
- Zhao, G., Han, H., Korea, S., Sarmento, E. M., Technology, C., Xie, C., &

Science, E. (2022). *Impact of the critical factors of customer experience on well-being: Joy and customer satisfaction as mediators*. September, 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.955130>