

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 143, 822–826. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>
- Achmad, B., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4), 697–709. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>
- Adrian, S. J. (2019). Diagnosis dan tatalaksana terbaru pada dewasa. *Cdk-274*, 46(3), 172–178. <http://www.cdkjournal.com/index.php/CDK/article/view/503%0A>Diakses pada tanggal 28 oktober 2020
- Aisyah, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Bekasi). *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 3(2), 168–179. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khatulistiwa/article/view/1666>
- Akbar, A. R., & Suwitho. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Mahasiswa Stiesia*, 8(11).
- Amrullah, Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2002), 274–281. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan

- Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli ( Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang ). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10.
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., & Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan (Survei Terhadap Iklan Honda Versi Band Nidji “One Heart”). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(2), 75–84.
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13.
- Ariana, D. (2014). Struktur dan Perkembangan Hewan. *Jurnal Pendidikan Biologi*, 2(3), 7–17.
- Arifin, S. (2019). *Pemasaran era milenium*. Deepublish.
- Azizah, A., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 522.  
[https://www.researchgate.net/publication/374746255\\_Pengaruh\\_Daya\\_Tarik\\_Iklan\\_Kualitas\\_Produk\\_dan\\_Kepercayaan\\_Konsumen\\_terhadap\\_Minat\\_Beli\\_di\\_E-Commerce\\_Shopee](https://www.researchgate.net/publication/374746255_Pengaruh_Daya_Tarik_Iklan_Kualitas_Produk_dan_Kepercayaan_Konsumen_terhadap_Minat_Beli_di_E-Commerce_Shopee)
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2021). Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 13(Juni), 67–79.
- Daryanto. (2013a). *Administrasi dan manajemen sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto. (2013b). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (Cetakan 2)*. Bandung: PT. Sarana tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi, I. G. A. D. P., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 178.  
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32275>
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., Budhiraja, S., & Islam, N. (2021). The dark side of social media: Stalking, online self-disclosure and problematic sleep. *International Journal of Consumer Studies*, 45(6), 1373–1391.

<https://doi.org/10.1111/ijcs.12659>

- Diansyah, & Utami, R. (2019). The Influence of Price and Promotion on Purchase Intention in Moderating Consumer Behavior. *Budapest International Research and Critics Institute - Journal*, 5(2), 14994–15008. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5376>
- Efendi, J. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Brand X.Eight Pada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Manajemen). *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–12.
- Faturochman. (2005). Iri dalam Relasi Sosial. *Jurnal Psikologi*, 33(1), 1–16.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014a). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (Edisi 5 ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014b). *Structural Equation Modeling: Dalam Penelitian Manajemen (Edisi 5 ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
- Hanim Faizal, & Nurjanah, S. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Antara. *Department Of Management Feb Umm*, 4(2), 3342–3356.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk*

*dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.

- Hasibuan, T. N. S., Nasti, N., & Sonata, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Lipstik Emima (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Jurusan Manajemen Stambuk 2017-2019). *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 7(1), 116–122. <https://doi.org/10.30743/jrmb.v7i1.5495>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Indrianto. (2006). *Ekologi Populasi*. Bumi Aksara.
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 9(3), 1402–1412.
- Jacob, A. A., Lopian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA*, 6(2), 988–997.
- Kotler, P. (2005). *Principles of Marketing*. Financial Times Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Krishnan, S. S., & Sitaraman, R. K. (2013). Understanding the effectiveness of video ads: A measurement study. *Proceedings of the 2013 Conference on Internet Measurement Conference*.
- Kuspriyono, T., Kespandiar, T., Ali, H., Wandan, H., & Ainun, W. O. N. (2023). The Influence of Advertising Attraction and Celebrity Endorser on Purchase Intention of Cosmetic Products. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan*

- Akuntansi*, 9(3), 756–761. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1166>
- Landry, S. H., Smith, K. E., Swank, P. R., Assel, M. A., & Vellet, S. (2001). Does early responsive parenting have a special importance for children's development or is consistency across early childhood necessary? *Developmental Psychology*, 37(3), 387–403.
- Lestari, D. I., & Hanum, Z. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Buah Naga ( *Hylocereus Costaricensis* ) di kebun Pak Ponidi. *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI) SENSASI*, 52–55.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mazuanda, D. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Vearst Jeans Bandung*. Universitas Pasundan.
- Meliawati, T., Gerald, S. C., & Aruman, A. E. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92. <https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>
- Muniarty, P., Saputri, D., Aprianti, Arisandi, D., Ikasanti, P. W., & Wahyuni, T. (2021). Pengaruh Harga & Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 91–102. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.370>
- Ningsih, W., Kamaludin, M., & Alfian, R. (2021). Hubungan Media Pembelajaran dengan Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI di SMP Iptek Sengkol Tangerang Selatan. *Tarbawai: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(01), 77–92.
- Nugroho, A. R. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey)*. Universitas Diponegoro.
- Nune, S. I., & Ismail, Y. L. (2018). Pengaruh Atribut Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ikan Sagela Olamita Di Ikm Kreatif Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 191.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-dasar

Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.

- Oktaviani, E. F., & Hasanah, R. (2020). Pengaruh Kredibilitas Endorser Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening. *E-Proceeding O*, 7(2), 4695–4704.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 02(01), hal. 13-17.
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7568>
- Prasojo, B. H., & Ariyanti, N. (2015). *Statistik Bisnis*. UMSIDA Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*. Bandung : Pustaka Setia.
- Rahayu, F. D. (2023). Influence of Product Quality, Price Perception and Advertisement Attraction to Buying Interest in Marketplace Shopee Consumers. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 62–69. <https://doi.org/10.29138/je.v22i2.189>
- Ramli, S. (2013). *Smart safety : panduan penerapan SMK3 yang efektif*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Savira, J. K. D. I., & Yulianti, V. S. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop. *Jurnal Kewirausahaan Dan Ino-Vasi*, 1(1), 110–118. <http://dx.doi.org/10.21776/jki.2022.01.1.12>.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Kumar, S. R. (2010). *Consumer Behavior (10th*

- ed.). New Delhi: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 501–515. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.454>
- Suryadi, N., Basuki, A., Moko, W., & Mugiono. (2021). *Etika Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Syarifuddin, & Saudi, I. Al. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Palangkaraya : Bobby Digital Center. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/4022/1/BUKU METODE RISET PRAKTIS.pdf>
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: teori dan temuan empiris*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.34390>
- Ujiyanto, U., & Abdurachman, A. (2004). Analisis Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 34–53. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15648>
- Utomo, N. P. (2023). Tindak Tutur Dalam Iklan Sabun Pembersih Wajah. *Jurnal Skripta*, 9(1), 29–36. <https://doi.org/10.31316/skripta.v9i1.2588>
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota*

*Semarang.*

Widyatmoko, W., & Saputra, V. E. (2019). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Udah Waktunya Pake GO-JEK – Vertibokek.” *Prologia*, 3(1), 289.  
<http://jurnal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/762>

Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Yazid, A., Quthny, A., & Prasetyandari, C. W. (2024). Pengaruh kualitas produk amanah pegadaian syariah probolinggo terhadap minat masyarakat untuk membeli kendaraan baru atau second. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 7(1), 68–79.