

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/Impis.V3i1.876>
- Abi Melin Monitaria, E. B. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul Abi. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/Eb.V20i1.4065>
- Afiany, F. D., & Fajari, I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa Thrift Shop. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.37577/Ekonom.V4i1.479>
- Alfia, N., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah : Studi Pada Pelanggan Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal. *Relaa Roiba Journal Slaj : Religion Education Social*, 5(2023), 32–44. <https://doi.org/10.47476/Reslaj.V5i1.1284>
- Anggraini, A., Indiworo, R. H., & Violinda, Q. (2022). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Upgris). *Manabis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 244–249. <https://doi.org/10.54259/Manabis.V1i3.1173>
- 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>
- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). The Influence Of Brand Image, Product Innovation And Social Media Marketing On Samsung Smartphone'S Buying Interest: Case Study On Narotama University Students. *Ijebd (International Journal Of Entrepreneurship And Business Development)*, 2(2), 210–217. <https://doi.org/10.29138/Ijebd.V2i2.769>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.

<https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>

- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Chaerunnisa, T. U. A., Aliyudin, Y., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Analisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Sabun Lifebuoy Di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa. *Jecmer: Journal Of Economic, Management And Entrepreneurship Research*, 1(4), 29–42.
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan Pkn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/Jbti.V9i2.18333>
- Dadang, S., & Rika, I. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/Jurima.V2i1.153>
- Daffa, K. Van, & Ratnasari, I. (2022). Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 362–372. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.5847407>
- Dharmayana & Rahanatha. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Customer Value Terhadap Repeat Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata Di Kota Medan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1177–1189. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2021.31528>
- Dian, P., Nadhar, M., & ... (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Ume: Journal Yof ...*, 3(3), 65–83. <https://doi.org/10.37531/Yum.V11.34>
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare Ms Glow Beautyhome Di Demak). *Seiko : Journal Of Management & Business*, 5(1), 168–181.
- Foster, B., & Johansyah, M. D. (2019). The Effect Of Product Quality And Price On Buying Interest With Risk As Intervening Variables (Study On

- Lazada.Com Site Users). *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 9(12), 66–78.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/Aktual.V16i1.3>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). Multivariate Data Analysis. In *Gedrag & Organisatie* (8th Ed., Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Hamka, M. F., Djamereng, A., Mapparenta, & Kadir, D. (2022). Implementasi Marketing Mix Terhadap Volume Penjualan Produk Pada Perusahaan Swalayan Di Kabupaten Polewali Mandar. *Center Of Economic Students Journal*, 5(3), 199–215. <https://doi.org/10.56750/Csej.V5i3.538>
- Hanifaradiz, A., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifebuoy Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–17.
- Holbrook, B., & Chaudhuri, A. (2001). The Chain Of Effects From Brand Trust And Brand Affect To Brand Performance: The Role Of Brand Loyalty. *Journal Of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V6i1.143>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada Cv. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal On Software Engineering (Ijse)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/Ijse.V5i1.5861>
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Iphone Di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V4i4.919>
- Janet, V., Kaunang, G., Moniharapon, S., & Samadi, L. (2021). Pengaruh Pemasaran Interaktif, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Secara Kredit Di Perusahaan Fif Spektra Cabang Airmadidi. *Emba*, 9(3), 62–70.

- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.35-43>
- Jaya, A. R. P. D., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 66–80.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Mendefinisikan Keputusan Pembelian* (12th Ed.). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lasa, T. A., & Wijayanti, N. W. (2022). The Impact Of Location, Price, And Diversity Of Products On Buying Interest In Omega Tiroso Store. *Review Of Management, Accounting, And Business Studies*, 1(2), 48–57. <https://doi.org/10.38043/Revenue.V1i2.3647>
- Lonita, N., Panjaitan, F., & Mulyani, S. T. H. (2023). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Stie-Ibek Pangkalpinang)*. 10(2). www.stie-ibek.ac.id
- M Sualang, B. J., & Soepeno, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Umkm Studi Kasus Cousin Coffee Di Kota Tomohon The Influence Of Product Innovation, Word Of Mouth, And Brand Image On Customer Purchase Intention In Smes: A Case Stu. *Jurnal Emba*, 12(03), 115–126.
- Maidarti, T., Azizah, M., Wibowo, E., & Nuswandari, I. (2022). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Saraka Mandiri Semesta Bogor. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 127–145.
- Mardiani, N. F., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo. *Asset: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/Asset.V3i1.2703>
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *E-Journal*, 10(3), 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/Paradoks/Article/View/820>

- Maya Trisdiyana, & Handayani, L. S. (2023). Pengaruh Kualiatas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare Jasper Di Cikarang Selatan. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1159–1169. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V9i4.1260>
- Meilani, R., & Kartini, I. A. N. (2020). P. *Jem17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 33–46. <https://doi.org/10.30996/Jem17.V5i1.3620>
- Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk , Keunggulan Bersaing , Dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran*. 5, 1–9.
- Nugraha, A. (2022). Sosialisasi Pentingnya Inovasi Produk Pada Filter Coffee Dan Pelatihan Inovasi Produk. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.37849/Mipi.V4i1.245>
- Padaniyah, Y., & S.Pd, M.Si, H. (2021). Perspektif Sosisologi Ekonomi Dalam Pemutusan Hubungan Kerja Karyawan Perusahaan Di Masa Pandemi Covid-19. *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 32–44. <https://doi.org/10.46918/Point.V3i1.902>
- 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>
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal. *Jurnal Emt Kita*, 7(1), 83–89. <https://doi.org/10.35870/Emt.V7i1.739>
- Primadi, A., Tohir, M., & Yoellitha, C. (2023). *Analisis Kualitas Layanan , Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Logistik*. 1(2), 111–119.
- Purba, S. D., Tarigan, J. W., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regressi Linear Bergandauntuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungundi Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi*, 5(2), 202–208.
- Purbohastuti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *Jurnal Bisnis Terapanrapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.37715/Jp.V6i3.2528>

- Putri, C. M., & Sumartik, S. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan Merek, Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Inovasi Daerah*, 3(1), 39–56. <https://doi.org/10.53697/Jid.V3i1.33>
- Rachmawansyah, R., Bambang, M., & Rohman, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7785344>
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04). <https://doi.org/10.34308/eqien.V11i04.1358>
- Regiansa, A., & Mubarak, D. A. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Yamaha Nmax Di Kota Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1), 24–38. <https://doi.org/10.47747/Jismab.V1i1.11>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478. <https://dinastirev.org/jemsi/article/view/988%0ahttps://dinastirev.org/jemsi/article/download/988/622>
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/Sainsm.V5i1.1007>
- Ridwan Hakiki, R. Etiana Aldi. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Pusat Kesehatan Masyarakat (Uptd Puskesmas) Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 2(3), 310–324. <https://bnr.bg/post/101787017/Bsp-Za-Balgaria-E-Pod-Nomer-1-V-Buletinata-Za-Vota-Gerb-S-Nomer-2-Pp-Db-S-Nomer-12>
- Ririvega Kasenda. (2013). *Kompensasi Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bangun Wenang Beverages Company Manado*. 1(3), 853–859.
- Sa'dam, A. A., & Albari. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Preferensi Merek Dan Niat Beli Ponsel Merek Samsung Di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(01), 156–168. <https://journal.uii.ac.id/Selma/Index>

- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/Js.V11i1.615>
- Saputra, J. A., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Bentuk Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Tahu. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 138–146. <https://doi.org/10.36085/Jems.V4i1.4438>
- Saputro, S. H., & Widyastuti, M. (2022). *Manajemen Bisnis*. 22, 92–102.
- Saraswati, N. P. L., Kusuma, I. G. N. A. G. E. T., & Jodi, I. W. G. A. S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Minuman Chatime Di Kota Gianyar. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 3(3), 703–715.
- Sari, N., & Widowati, R. (2014). Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek Dan Minat Beli Produk Hijau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), 59–79. <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/629>
- Sari, R. P., & Islamuddin, I. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Jaya Rasa Bengkulu). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 5(1), 34–46. <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/186>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jmb : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/Jmb.V10i1.4233>
- Simangunsong, E., & Bangun, K. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 24(1), 162–172.
- Sofa, A. Y., & Parmariza, Y. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Country Of Origin, Dan Desain Produk Pada Minat Beli Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.21632/Kbi.5.1.51-66>
- Sugiyono, D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.

- Sumarsid, A. B. P. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/M-Pu.V12i1.867>
- Suroso, B. H., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1174–1185.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- 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., & 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>
- Utarsih, H., Rezana, I., & Anjani, I. (2020). Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Produk Sabun Mandi Cair Lifebuoy Di Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 19(2), 115–129.