

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/jmpis.v3i1.876>
- Abdurachman, U. (2004). Analisis Faktor-Faktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), pp.34-53. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15648>
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang. *OSF Preprint*, 1–16.
- Adriansyah, D., & Saputri, marheni eka. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 3(3), 123–128.
- Alam, I. K., & Sarpan, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Ulang Mazaya Dekoratif Dan Skincare Pada Toko Tangga Mas Tambun. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 284–291. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2377>
- Alamri, N., Wolok, T., & Kango, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga

- Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah Pada Toko Erby Shop. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 1–11.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Ali, Hapzi, Fauziah, Y., Dwikotjo, F., & Sumantyo, S. (2023). *Pengaruh Online Consumer Review , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian*. 1(1), 48–64.
- Amin, M. Al, & , Agus Widarko, M. T. A. (2018). *Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019)*. 12(01), 510–518.
- Anwar, W. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Umkm Kripik Madani Di Ende, Flores, Nusa Tenggara Timur). In *Frontiers in Neuroscience* (Vol. 14, Issue 1).
- Archie, A., & Eriyanti, L. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan pembelian Produk Watchout Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8(2), 83–97. <https://doi.org/10.29406/jpr.v8i2.3487>
- Arman Hakim Nasution, et al. (2006). *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Andi Offset.

- Armstrong, P. K. dan G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. PWS-Kent Publishing Company.
- Ayumi, Baariq, B., & Agung. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. X, No. 2, X(2)*, 1169–1176.
- Azahra, F., & Hadita. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina, 2*.
- Bakhtiar, M. R., Sunarka, P. S., & Semarang, K. (2023). *Efek mediasi minat beli pada keputusan pembelian. 21(2)*, 605–622.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Deddy Ansari Harahap. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis, 7(3)*, 227–242.
- Deviyanti M. (2021). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah di Citra Cosmetic Sungguminasa. *Repository.Stienobel-Indonesia.Ac.Id*, 1–104.

<http://repository.stienobel->

[indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/427/SKRIPSI DEVIYANTI M
%282017212211.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://indonesia.ac.id/bitstream/handle/123456789/427/SKRIPSI_DEVIYANTI_M%282017212211.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>

Dwikotjo, S. F., Ali, Hapzi, Gunawan, I., & Sri. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>

F Dewi, Fadhila Rahma, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan E-WOM Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Syar'i Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 4(1), 88–100.

Fauzi, A. A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51–62.

Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi

Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>

Ferdinand, A. (2009). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fitriyanto. (2019). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, Perceived Usefulness, dan Perceived Ease of Use terhadap keputusan pemakaian Aplikasi Gojek pada layanan Gofood. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Ghozali, I. (n.d.). *Structural Equation Modeling, Teori, Konsep dan aplikasi dengan program LISREL 8.80*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. D. H. L. (2017). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart Pls 3.0 untuk penelitian empiris (Edisi ke-5)*.

Gracia Angel Zararosa. (2022). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening*.

Hair, dkk. (2006). *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition* (Edisi 6).

Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang di Toko Online Lazada dengan

- Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- hapzi, ali, P. A., & Fransiskus, D. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Hariyanto, Arief M Y, & Praja Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo Hariyanto. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(9), 1784–1795.
- Hult, J. F. H. J. · G. T. M., · C. M. R. · M. S., & Ray, N. P. D. · S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt.
- Iqbal, M., & Kadir, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 227–237. <https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.350>
- Isnaini, S. I. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Melalui Pemasaran Media Sosial Facebook Terhadap*. 12(01), 223–236.
- John E.H.J FoEh, R. T. N. A. (2022). *Pengaruh periklanan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada produk luwak white koffie*. 4(3), 587–597.

- Jumiati, Ashriana, A. N., & , Zenita Afifah Fitriyani, E. C. P. (2023). *Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Caption Home Mojokerto*. 12, 495–499. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v12i1.448>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran jilid 1 (12th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga.
- Lailatul Aqidah, Edy Kusnadi, D. P. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Jugle Di Sitibondo Dengan Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening*. 1(5), 1111–1124.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Mongan, C. I., & Bajari, M. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Makanan Kucingdi Manokwari*. 1–10.
- Muhammad, R., Chaniago, T., Farida, N., Bisnis, A., & Diponegoro, U. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Asus Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. 12(1), 165–174.
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Dimediasi Minat Beli. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
<https://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Napitupulu, T., Tumbel, A., Tawas, H., Beli, M., Pemediasi, S., Brand, P., Dan, I.,
Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2023). *Endorser Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada Mahasiswi Di Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) Purchase Intention
As A Mediator Of The Effect Of Brand Image And Celebrity Endorser On
Emina ' S Cosmetic*. 11(1), 1149–1159.
- Narotama Sunardi, P., Regita Sari, P., & Cahyani, R. (2022). Determinasi
Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Kualitas Produk Dan Harga (Suatu
Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen
Terapan*, 3(3), 302–315. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.833>
- Nasution, S. L., & Limbonong, Christine Herawati Ramadhan, D. A. (2020).
Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Journal
Ecobisma*, 43–53.
- Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- NST, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat
Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Modal
Sosial Dalam Pendidikan Berkualitas Di Sekolah Dasar Muhammadiyah
Muitihan*, 14(September), 135–143.
- Nurfantoro, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap*

Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada konsumen Mie Instan PT Indofood Di Temanggung). 1.

Nyonyie, R. A., & Tamengkel, L. F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*. 9(3), 18–24.

Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10.
<https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>

Periyadi, P., Junaidi, J., & Maulida, N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Kain Sasirangan Bordir. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 152.
<https://doi.org/10.31602/atd.v4i2.2907>

Philip Kotler dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Erlangga.

Prof. J. Supranto, MA., A., & Dr. Ir. Nandan Limakrisma, MM., C. (2016). *Penelitian Ilmiah untuk menyusun skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Mitra Wacana Media.

Puspita, C. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28079>

Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302–314.
<https://doi.org/10.46576/wdw.v17i1.2943>

Putra, I. G. B. S., & Abiyoga, N. L. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343–351.

Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80.
<https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>

Rachmad, H., Viando, A., Ningrum, N. K., & Cahyani, P. D. (2023). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus pada Brand Vamo di Yogyakarta)* Hendrian Rachmat Ali Viando , Cs : *Pengaruh Kualitas Layanan*. 10.

Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>

Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jkis*, 1(1), 18–25.

<https://dinastirev.org/>

Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>

Sariyanti, Lusiana Tulhusnah, S. S. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening Pada Toko Rifkhasira Di Situbondi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan 2018). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 119(4), 361–416.

Sarsedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Handbook of Market Research*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>

Sauqi, A., Wahono, B., & Khalikussabir. (2019). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Harga Terhadap Minat Beli Produk Roughneck 1991 (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2019)*. 12(02), 221–232.

Silaen, & Elsa, prabawani B. (2019). *Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet Ovo A . Pendahuluan pembelian . Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke secara gratis di Google Play Store dan App Store . Perilaku mina.* 1–9.

Silvia Buyung, S. L. M. J. S. B. S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 376–386.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka baru press.
- Suwu, Y. R., Soepeno, D., Roring, F., Periklanan, P., Dan, P., & Penjualan, P. (2023). *Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Setiap Event Yang Diadakan Oleh Pt . Ichi Tan Indonesia Di Sulut The Influence Of Advertising , Publicity And Sales Promotion On Consumer Purchase Decisions In Every Event Held By Pt . Ichi Tan Indonesia In Sulut Jurnal . 11(2), 67–77.*
- Tarihoran, M., & Harimukti, C. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Pada Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Karyawan Bni Divisi Contact Center Sudirman Jakarta. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 128–130.
- Tecoalu, M., Yonathan, K., & Hery Winoto Tj. (2021). Minat Beli Memediasi Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Ukrida 2017). *Customer Service Marketing*, 5, 41–61. <https://doi.org/10.4324/9780429263965-3>
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran Edisi 1*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Peemasaran Edisi 3*. Andi Offset.
- Utami, R., Hayati, A. F., Ekonomi, J. P., Ekonomi, F., & Padang, U. N. (2023). *Pengaruh Strategi Promosi dalam Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan*

Pembelian berbelanja pada swalayan di. 6(1).

Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *Excellent*, 8(1), 70–78.

