

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Leonardo B Hasiolan, S.E., M. ., & M.Si S.Pd, D. M. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus Di Area Kabupaten Demak). *Manajemen*, 4(4).
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang*.
- Anshar, A. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Gunung Anyar Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4).
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*.
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2).
- Arofah, I., & Rohimah, S. (2019). Analisis Jalur Untuk Pengaruh Angka Harapan Hidup, Harapan Lama Sekolah, Rata - Rata Lama Sekolah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Melalui Pengeluaran Riil Per Kapita Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Saintika Unpam*, 2(1).
- Buana, R. C., & Juliafad, E. (2021). *Pengaruh Pembelajaran Online Mahasiswa terhadap Hasilbelajarmatakuliamekanikateknikprogram Studipendidikanteknikbangunanuniversitasnegeri Padangangkatan2019*. 2(4).
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*.
- Darmanto, A., Theresia Pradiani, & Ruspitasari, W. D. (2021). Pengaruh Kualitas Websitedan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Di Bukalapak.Com. *Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Efendy, N. A., Pratami, P. L., & Lesmana Muhammad Taufik. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1).
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan. *Ilmiah Feasible*, 1(1).
- Faeni, D. P., & Nugroho, S. Y. (2019). Quality Of Service, Quality Products, Promotion And Location On Customers' Behaviour Decision In Chosing Travel Agent Of "Mika Tour" South Jakarta, Indonesia. *International Journal Of Recent Technology And Engineering*, 8(2).
- Faeni, R. P., & Faeni, D. P. (2019). Effect Of Price, Promotion, And Facilities To Customer Satisfaction In Using The Service Event Management. *International Journal Of Recent*

Technology And Engineering, 8(4).

- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki. *Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 9(2).
- Fitria, S. E., & Fauzana, A. V. (2018). Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang Di Desa Cukanggenteng. *Manajemen Indonesia*, 18(3).
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(3).
- Hanifah, N. (2018). Pengaruh Periklanan Produk Marasake Sari Bubukkedelai Instan Terhadap Keputusan Pembelianwarga Jamaah Tatanan Wahyu (Jatayu)Pada Upt. Pomosda Makarti. *Rekayasa Keteknikan Dan Optimasi*, 3(1).
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Bisnis Administrasi*, 06(01).
- Harahap, L. K. (2018). Analisis Sem (Structural Equation Modelling) Dengan Smartpls (Partial Least Square). *Sains Dan Teknologi*.
- Hariman, J. K., Manoppo, W. S., & Dantje Keles. (2019). Prngaruh Promosi Terhadap Prningkatan Penjualan Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa. *Administrasi Bisnis*, 9(2).
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen(Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1).
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Dimensi*, 8(1).
- Hendrayani. (2019). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Di Planet Surf Mall Panakukang Makassar. *Economix*, 7(1).
- Hidayat, R., & Rahmat, R. (2018). Analisis Swot Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam(Studi Kasus Pada Cv. Star Pratama). *Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Elektronik Rekaman*, 3(3).
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Manajemen*, 6(1).
- Iskandar, R. D. W. D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).

- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Manajemen Pemasaran*, 14(1).
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (Sempls) Dengan Smartpls. In *Modul Pelatihan Structural Equation Model Partial Least Square (Sempls) Dengan Smartpls*.
- Khotimah, K. (2018). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop. *Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1).
- Kumbaral, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5).
- Lee, N. C., & Anjarwati, A. L. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Kemasan Pet 450 Ml (Studi Pada Pengunjung Minimarket Di Surabaya Selatan). *Ilmu Manajemen*, 5(4).
- Lubis, A. A. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2).
- Mizanie, D., & Irwansyah. (2019). Penggunaan Social Network Site (Sns) Instagram Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital. *Komunikasi*, 10(2).
- Murnilawati, Hairudinor, & Rasyidi, M. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan Andina Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah. *Bisnis Dan Pembangunan*, 8(1).
- Musyaffi, A. M., Hera Khairunnisa, & Respati, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model- Partial Least Square (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls*.
- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1).
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2).
- Nisfiannoor, M. (2019). *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*.
- Ovan, A. S. (2020). *Cami: Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*.
- Paradede, R. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Of Business & Applied Management*, 10(1).
- Pramita, W., & Subagia, I. K. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. *Manajemen Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3).

- Ramdhan, M., Lina, A., & Nastiti Heni. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus Di Jakarta Selatan). *Koferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1).
- Rasyid, H. Al, & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Tangerang Selatan. *Ekonomi & Manajemen*, 16(1).
- Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Perkusi*, 1(1).
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1).
- Segoro, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Teh Botol Sosro. *Ekonomi Dan Manajemen*, 1(1).
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Pemasaran Kompetitif*, 3(3).
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(1).
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Mandiri*, 4(1).
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen (Studi Kasus Molecular Mixology Di Loewy, Jakarta). *Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 8(1).
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Amdk Amidis Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 7(1).
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Emba*, 9(4).
- Syaleh, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Perusahaan Tjahaja Baru Bukittinggi. *Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1).
- Tohari, A., & Sasongko, M. Z. (2018). Analisis Jalur Pada Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Dengan Kebijakan Pendanaan Sebagai Variabel Intervening. *Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 4(3).
- Utami, A. A., Zahrudin, & Sarah, R. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ojek Online Pt Go-Jek Indonesia. *Applied*

Business And Economics, 6(2).

- Wibowo, B. S. (2018). Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas Dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. *Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1).
- Yusuf. (2020). Pengaruh Iklan Di Media Televisi Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness). *Ekonomi*, 08(01).
- Zhahir, B., & Widayanto. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan)*.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan Cikutra Bandung). *Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1).
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramadansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Manajemen Dan Bisnis*, 02(01).

