

DAFTAR PUSTAKA

- Abshor, M. U., Hasiolan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–15.
- Adi, K., & Oktarina, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Perusahaan Mebel Ud. Lumintu Tegalsari - Ambulu. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 16(1), 48–59.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *IX(Iv)*, 522–529.
- Andini, A., & Sampurna, S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Word Of Mouth sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Produk Merek Lois Jeans di SSL). 1–21.
- Andita, A. C. (2017). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsume (Studi Kasus Pada Mahasiswa Konsumen Isopulus Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). *Manajemen*, 1–102.
- Andriani, F. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia Di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(3), 266–278.
- Anugerah, Ariescha Widya dan Dr. Tri Sudarwanto, S.Pd, M. S. (2017). Yanik Mojokerto (Studi Pada Konsumen Toko Onde-onde Bo Liem. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 01.
- Anwar & Rahmad. (2019). Structural Equation Modelling (SEM) Berbasis Varian : Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Anwar & Rahmad. (2020). Structural Equation Models. In *Statistical Power Analysis for the Social and Behavioral Sciences*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Anwar, H. &. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(2), 1169.

- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Budi, A. L. M. dan A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), 99–106.
- Dani, zodi petralfa. (2019). *Keputusan Pembelian Di the Stone Café Dago Bandung*.
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2020). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August). QIARA MEDIA.
- Duryadi. (2021). Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis Dan Analisis Menggunakan Smartpls. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Faeni, D. P., & Nugroho, Y. (2017). The role of women entrepreneurs leadrships, social capitaland absorptive capacity through skills upgrading concept in small to medium enterprises in Jakarta, Indonesia. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 116(24 Special Issue), 511–520.
- 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(2 Special Issue 4), 810–814.
- Faeni, R. P., Faeni, D. P., Niazi, H. A., & et.al. (2019). Influence of Leadership, Organizational Culture and Commitment to the Effectiveness of Independent Bank Employee Performance. *Journal of Law and and Society Management*, 6(1), 1–6.
- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue June). QIARA MEDIA.
- Foeh, J. E. H. J., & Soetandy, H. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Pada Remaja Di Wilayah Jatiasih Kota Bekasi John E. H. J. Foeh 1 Dan Hendy Soetandy 2. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 1–10.
- Foeh, J. E., Manurung, A. H., Kurniasari, F., Kartika, T. R., & Yunita, S. (2022). Factors That Influence Purchase On Cinema Online Tickets Using Tix-Id Application, Through Buying Interest. *WSEAS Transactions On Environment And Development*, 18, 10–19.

- Garaika & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. CV. HIRA TECH.
- Ghozali, I. (2017). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit - Undip.
- Hafifah Perdiyanti, D., & Puspaningtyas Faeni, D. (2021). Analisis Pengaruh Work from Home, Digital Platform dan Aplikasi Rapat Online terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Telkom Akses di Jakarta Barat. *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 1(1), 9–16.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Pemasaran*, 4(3), 415–424.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3(3), 154–166.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (pp. 1–280).
- Juliandi, A. (2017). Structural Equation Model dan Partial Least Square. *Www.Ekonomiakuntansi.Id*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>
- Karmila, & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Periklanan Pada Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen INDIHOME Di Bandung Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(1), 800.
- Latumeten, R., Lesnussa, Y. A., & Rumlawang, F. Y. (2018). Penggunaan Structural Equation Modeling (Sem) untuk Menganalisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus : PT Bank Negara Indonesia (BNI) KCU Ambon). *Sainmatika: Jurnal Ilmiah Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam*, 15(2), 76.
- Maulidiyah, R. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Content Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sabun Pemutih Gluta Collagen Soap. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.

- Mega, puspita cindy, & Agung, B. (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 Administrasi Bisnis*, IX(III), 2–8.
- Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Mokoagow, G., Kalangi, J., & Tamengkel, L. (2018). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Alfamidi R.E Martadinata Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(001), 9–14.
- Nabilatul Abda, E. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Vizcake Pekanbaru. *JOM FISIP Edisi II Juli – Desember*, 5(Edisi II Juli – Desember 2018), 1–15.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483*, IV(2), 60–69.
- Oktavianti, S. (2019). Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Tingkat Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Palembang Trade Centre. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(4), 203–211.
- Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery : peran orientasi pasar , orientasi kewirausahaan , dan inovasi produk. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88–96.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16.
- Primatika, R., & Astuti, S. (2018). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Nescafe di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Ofmanagement*, 7, 1–13.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.
- Purwanto, E. A., & Dyah Ratih Sulistyastuti. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *Mbia*, 20(1), 40–50.
- Restika Pralina, & Muhammad Edwar. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Surabaya Town Square. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Volume 01*.

- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). Metodologi penelitian bisnis dengan aplikasi SPSS. In *Jakarta: Mitra Wacana Media*
- Santoso, N. C., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Rotiboy di Mall Kota Semarang). *Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro*, 8(4), 1–12.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Shabrina, S. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel intervening pada Holland Bakery Padanaran Semarang. *Adminisrtrasi Bisnis*, IX(Iv), 475–482.
- Sinollah, Dewi Nur Maulidiyah, & Mohamad Tody Arsyianto. (2020). Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Sketsa Bisnis*, 7(2), 94–105.
- Sudirjo, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK Amidis Di Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Suri Amilia. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6.
- Untari, D. T. (2018). Metode Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis. In Pena Persada, Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia.
- Utamaningsih, N. Y. M. dan A. (2021). Pengaruh Minat Beli, Lokasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di DS Cafe Aceh. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7, 137–140.
- Wicaksono, B. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Padamahasiswa Pengguna Provider Tri Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *III*(2), 2016.
- Wijaya, L., & Anggia Rizka, L. (2021). Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1).
- Yanti, M. M., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Gelael Ciputra Mall Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, IX(IV), 582–589.

- Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup Sebagai Variable Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.
- Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 21–28.

