

DAFTAR PUSTAKA

- Aina, C., Salfadri, U. ;, & Hadya, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK ALAT-ALAT KESEHATAN PADA PT. TIRTA MEDICAL INDONESIA CABANG PADANG The Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Productbuying Interest Healt Equipment In PT. Tirta Medical Indonesia, Padang Branch. *Jm*, 3(3), 418–430.
- Altauriq, D., & Hadisuwarno, H. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Denny's. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 10–20. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.76103>
- Antosova, I., Psurny, M., & Stavkova, J. (2023). *Changes in Consumer Purchasing Decisions: Traditional and Emerging Factors in the Dynamic Marketing Landscape Over 15 Years. Marketing and Management of Innovations*, 3, 85. Mendel University in Brno.
- Aprelyani, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E- Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 163–173.
- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). Pengaruh promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di angkringan nineteen. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(10), 1419-1430.
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31511>
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Dirwan, D., & Ahmad, F. (2023). The Impact of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1).
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76.
- Faidz, B., Taqwatullah, M., & Nugraha, A. E. (2022). Pengaruh Promosi terhadap Penjualan Menu Minuman di UMKM Kedai Hotter Coffee dan Cinema. *Perspektif; Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 20(2), 150–157.
- Febriyantoro, M. T., & Hapsara, O. (2023). *The Power of Influence: Examining the Impact of YouTube Ads on Purchase Intention through Brand Awareness among Indonesian Audiences*. 02(02), 303–304.
- Fikih Maulana, & Aminah, S. (2024). *The Influence of Discounts and FreeDelivery*

- Cost on Purchasing Decisions for Miliki Hijab Products in E- Commerce Shopee in East Java. Indonesian Journal of BusinessAnalytics (IJBA)*, 4(1), 333-344.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan SPSS* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi analisis multivariate dengan SPSS* (8th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2014). *Analisis regresi linier: Teori dan aplikasi* (Edisi ke-3). Yogyakarta: Andi.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling. saGe publications*. 6(May), 297.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Hazmi, M. S., Pasaribu, V. L. D., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (n.d.). *Kiklin Pada Pt Mandiri Inovasi Bersama Di Kabupaten Tangerang*.
- Hermanto, Apriansyah, R., & Remofa, Y. (2024). *Analysis of the Influence of Product and Promotion on Purchase Decisions on the Products of Micro, Small and Medium Enterprises in the District Rengat. International Journal of Science, Technology & Management*, 7(1), 364-371.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Iskamto, D. (2020). Role of products element in determining decisions of purchase. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 200-207.
- Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis1JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 1–13.
- Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62-69.
- Khaqiqi, A. I., Hidayah, L. N., Lathifah, A. R., Septiara, D., Alam, W. F., Al-Faruq, S., Kurnia, T. P., & Maf'ula, F. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Online Shop: Studi Pada Customer Lamongan. *Journal Of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 2(1), 239–250. <http://jurnal.umla.ac.id/index.php/JEMBER/article/view/286>
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Nazurah Hijab di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal*, 4(2), 375- 386.
- Mas'adah, M., & Hanfan, A. (2022). Explore Cross-Selling, Up-Selling , and Sales Promotion to Increase the Sales Volume of PT. Pegadaian Cabang Brebes .

- Proceedings of the 2nd International Conference on Social Science, Humanities, Education and Society Development (ICONS 2021)*, 629(Icons 2021), 122–126. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220101.019>.
- Maulana, R., Sawitri, N. N., & Silalahi, E. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(2), 158–173.
- Muhamad Faiz Alawi, H. Ari Arisman, & Barin Barlian. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 194–203. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2021>
- Mukhlis, M., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Yang Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *ECOTECHNOPRENEUR : Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(01), 82–99. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i01.51>
- Napu, D. M., Yamini, E. A., Nurhidayat, W., Salean, F. J., Prianka, W. G., Rifai, M. S. A., Baswarani, D. T., Novianto, U., Fadlina, S., Desmantyo, P. S., Darsana, I. M., Dirgantara, A. R., Sinaga, F., & Margarena, A. N. (2023). Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pengembangan Destinasi Wisata. In *CV Intelektual Manifes Media* (Issue May).
- Natalia Tobing, Hoesin, W., & Subagja, I. K. (2022). *The Effect of Promotion and Service Quality on Purchase Decisions Through Purchase Intereston Grabfood Application in East Jakarta*. *International Journal of Business and Social Science Research*, 3(10).
- Novianti, N., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *ECo-Buss*, 6(1), 66–78. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.656>
- Octadyla, M. M. (2023). The Role of Knowledge as a Mediating Variable in the Effect of Promotion on Customers' Purchase Decisions and its Review from the Islamic Economics Perspective (Evidence from the Customers of Surya Akbar Housing, Tanjung Barangan, Palembang, South Sumatra). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 254-267.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). PENGARUH LABELISASI HALAL , KUALITAS PRODUK , DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATUTE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660–669.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62-69.
- 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/JEM>

SI/article/download/988/622

- Rihayana, I. G., Salain, P. P. P., Rismawan, P. A. E., & Antari, N. K. M. (2021). *The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision. International Journal of Business Management and Economic Review*, 4(6), 342-350.
- Rusmiyati, & Hartono, S. (2022). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Promotion on Financing Decision with Customer Interest as a Mediating Variable. Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 20-33.
- Salsabila, T. L., & Rozza, S. (2022). Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah. *Prosiding SNAM PNJ*, 3, 1–15. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5859/2913%0Ahttp://pkp.sfu.ca>.
- Saputra, A., Efendy, B., Tobing, F., Prasetya, M., Syadied, M., & Sawitri, N. N. (2024). Pengaruh identitas merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada di hasifmon. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(4), 2859–2867.
- 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>
- Segoro, W., & Rifaldi, M. R. (2024). *The Influence of Price, Product Quality, and Service Quality on Purchase Decision of Netflix Applications. International Journal of Science, Technology & Management*, 2722-4015.
- Setyanugraha, S., Fitriana, A., & Hasibuan, R. R. (2021). Festival Wisata Online Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 54–62.
- Shahira Khoirunnisa, S., & Pinandito, A. (2023). Pengaruh Atribut Key Opinion Leader (KOL) pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Bootcamp Online. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(4), 1929–1934. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Sholichah, A., & Budiarti, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN PRODUK KECANTIKAN EMINA Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)*.
- Stansyah, M. R., Choirunnisa, R., & Tegar, M. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 43-49.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Ed. ke-4). Alfabeta.
- Syahputri, N. M., & Marliyah, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 282-296.
- Utami, H. S. W., & Suzanto, B. (2024). *The Influence of Product Quality and*

Promotion on Purchasing Decisions at a Used Car Company. Jurnal Computech & Bisnis, 18(1), 69-76.

Widoyoko, Y. (2022). *Pengukuran dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif* (Edisi pertama). Universitas Negeri Yogyakarta.

Zhang, M., Hassan, H., & Migin, M. W. (2023). Exploring the Consumers' Purchase Intention on Online Community Group Buying Platform during Pandemic. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3), 1–13.
<https://doi.org/10.3390/su15032433>.

