

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Aditya, I. G., & Yasa, N. N. (2024). *Niat Beli Ulang: Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk*. Cilacap: PT. Media Pustaka Indo.
- Aisyah, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi kasus pada Masyarakat Di Bekasi). *Jurnal Khatulistiwa*, 3(2), 8.
- Amalia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 663.
- Ansori, M., & Iswati, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Anwar, R., Rohaeni, H., & Maulia, I. R. (2024). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Penjualan Melalui Marketplace Laptop Axioo. *Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), 1695.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3, 52.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Sumatra Utara: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Basuki, A. T. (2014). *Penggunaan SPSS Dalam Statistik*. Yogyakarta: Danisa Media.

- Basuki, A. T. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian & Bisnis*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Br Napitulu, L. A. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, 4(1), 344.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 417.
- Hanuarsyah, D., Handayani, S., & Prawitasar, A. (2024). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price onPurchase Interest in Scarlett Products in Bengkulu City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 69.
- Hidayat, R., Menhard, & Yulita, R. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Sumatera Barat: CV Azka Pustaka.
- Inkiriwang, M. V., Ogi, I. W., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano. *EMBA*, 10(3), 591.
- Jasmani, Sutiman, & Sunarsi, D. (2020). Analysis Of The Effect Of Prices, Promotions And Products On Purchase Interest Impacts On Consumer Satisfaction Of VIVO Brand Mobile

Phones In South Tangerang Region. *Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 7(1), 73.

Jumiati, Ashriana, A. N., Fitriyani, Z. A., & Pratiwi, E. C. (2023). Pengaruh Media Sosial, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Caption Home Mojokerto. *Jurnal Ekobistek*, 12(1), 495.

Kartika, N. R., Imbayani, I. A., & Prayoga, I. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Starbucks Denpasar. *Jurnal Emas*, 4(1), 22.

Khalik, I. (2022). *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Cirebon: Insani.

Luthfi, Suharto, & Hoesin, W. (2022). The Influence Of Product Quality And Price On Customer Satisfaction Through Of Purchase Intention The Internet Package 4G LTE Net1 PT Sampoerna Telekomunikasi Indonesia. *International Journal Of Multidisciplinary Research And Growth Evaluation*, 3(2), 30.

Mertha Jaya, I. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Mulyawan, I., Saefuloh, D., Wijaya, H., & Rafdinal, W. (2020). Sikap Pada Iklan Media Sosial Instagram Dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Pembelian Pada Generasi Y Dan Z. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(3), 146.

- Perdana, R. G. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Tiket Pesawat Pada Maskapai Lion Air Di Bandar Udara Soekarno-Hatta. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2508.
- Purnamasari, I. Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1.
- Putu Agung, A. A., & Yuesti, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: AB Publisher Buku Akuntansi.
- Rahmawati, E. F., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Atribut Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek Pada Konsumen Viva Cosmetics Di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 3.
- Rekarti, E., & Hertina, L. (2014). Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Tokobagus.com. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 02(03), 312.
- Riduwan. (2014). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- S., A. P., Siburian, & Z.A., S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13(2), 102.
- Samuel, S., Widjaja, D., & Reynaldo, M. (2022). "Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Pembelian Kembali Mahasiswa Dalam Berbelanja Online Di Shopee Pada Masa Pandemic. *The Opportunity Of Digital And Technology Disruption*, 627.

- Sari, D. N., & Asra, Y. (2022). The Influence Of Product Quality And Price On Purchase Intention Alfamart Private Label Products. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 2, 117.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran (terjemah)*. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono, Saefullah, A., & Sunarya, P. A. (2011). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarjeni, V. W. (2008). *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Umum*. Yogyakarta: Global Media Informasi.
- Suwarjeni, V. W. (2015). *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syahputra, I., Ginting, P., & Lubis, A. N. (2023). The Influence Of Ewom And Perception Of Price On Purchase Intention With Brand Image As An Intervening Variable In Kahf Care Products. *International Journal Of Economic, Business,*

Accounting, Agriculture Management And Sharia Administration, 3(3), 983.

Tangka, G. C., Tawas, H. N., & Dotulong, L. O. (2022). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Ventela Shoes) Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsrat Angkatan 2018. *Jurnal Emba*, 10(1), 383.

Usman, H. (2006). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Utari, D. T. (2018). *Metode Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*. Banyumas: CV Pena Persada.