

DAFTAR PUSTAKA

- Andaria, A. C., & Trinita, U. (2024). *Teknik Penulisan Latar Belakang Penelitian Metode Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Teori*. September.
- Andayani, R. D. S. (2023). *Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen sepatu aerostreet*. 17(2), 107–122.
- Aripin, B. (2020). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger*. 8(2), 79–94.
- Armada, E., & Hendriati, Y. (2024). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pengguna Shopee Pada Pekerja Operator Kawasan Muka Kuning Batam)*. 2(2).
- Asari, A. (2023). *PENGANTAR STATISTIKA*.
- ASTRI, N. W. (2024). *No Title*.
- Baehaqi, M. A. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk*

*terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian
Konsumen. 4(1), 21–33.*

Chrisyana, N., Rahman, A., & Pradiani, T. (2023). PENGARUH
KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA AKA COFFEE MALANG. *Jurnal Ekonomi
Manajemen Dan Bisnis, 4(2).*
<https://doi.org/10.32815/jubis.v4i2.1956>

Deviyanti, Y. (2022). *Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk susu
bear brand terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada pt.
berito pangan makmur). 7(2), 121–132.*

Dewi, M. P. (2022). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli
Konsumen Sepeda Motor Honda Mpm Basra (Basuki Rahmad)
Kota Malang Era Pasca Pandemi Covid-19 Mariana Puspa Dewi 1 .
PENDAHULUAN Pandemi virus Corona yang sudah berjalan lebih
dari 2 tahun telah memporakpor. 3(2), 212–219.*

Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M. S. (2021). *Metode Penelitian
Kuantitatif.*

Et.al, F. N. F. (2024). *PROMOTION ON CONSUMER ' S PURCHASE INTEREST IN CRINKLE FABRIC AT MARKECTPLACE SHOPEE*. 7, 10402–10420.

Farida, D. N. (2023). *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen (JIRAM) PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI COFFEE ROASTER AND BEAN (Jalan Joyo Agung No 2 Tlogomas , Lowokwaru City Malang)*. 1(1), 1–11.

Fernando, H., & Christian, S. (2019). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK HUNGTATA*. 4.

Grewal, D., & Levy, M. (2020). No Title. *McGraw-Hill Education*.

Haq, M. A. I. (2025). *Vol. 14. No. 01 ISSN : 2302-7061*. 14(01), 473–484.

Harto, B., & Rukmana, A. Y. (2023). *Creative digital marketing* (Issue July).

Hermawan, A. (2022). *PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT BELI*. 2(2), 163–179.

Hervina, S. (2023). *Pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi*

terhadap minat beli pengunjung pusat oleh oleh adrem khas sanden bantul. 3(4), 1233–1255.

Imam, F. K., Purwanti, N. L., Sari, N. M., Permadi, C., Imam, F. K.,
Purwanti, N. L., Sari, N. M., & Permadi, C. (2024). *Analisis minat beli konsumen coffee shop di bandung. 3(1), 253–262.*

Julitawaty, W. (2020). *PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR. 6(1), 43–56.*

Kadek, N., Purnama, Y., Pantiyasa, I. W., Ayu, I. G., & Suwintari, E.
(2023). *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Mercure Bali Legian The Influence of Price and Promotion on Consumer Purchase Interest at Mercure Bali Legian. 02(2), 569–581.*

Mahendra, A. F. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan E-EcommerceShopee (Kasus Pengguna Shopee). 7, 65–74.*

<https://doi.org/10.26858/jekpend.v7i2.64979>

Makbul, M. (2021). *METODE PENGUMPULAN DATA DAN*

INSTRUMEN PENELITIAN.

- Marbun, E. a. (2022). *PENGARUH PROMOSI , KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(2), 716–727.
- Maulidah, F. (2021). *Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas*. 10, 62–68.
- Megawati. (2023). *PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN “ MEREK AZARINE ” (Pada Generasi Z Bekasi)*. 2, 2704–2721.
- Mudhorib, E. (2022). *El Mudhorib*. 3.
- Napitupulu, R. Y. (2023). *Jurnal Widya Jurnal Widya*. 4, 501–515.
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*. 1(1), 165–173.
- Nigrum. (2023). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*

- Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. 1(1), 394–403.*
- Nirawati, L. (2022). *Journal Manajemen dan Bisnis. 60–68.*
- Oktaviani, R. (2021). *Analisis faktor penentu laba dalam perhitungan harga pokok penjualan di restoran kembang goela, pt nusantara boga abadi, jakarta selatan. 1(2), 111–126.*
- Pertiwi, M. D., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Skincare di Tiktok Shop (Survei pada Karyawan PT Chang Shin Indonesia). 4(5), 886–895.*
- Pranatawijaya, V. H., & Priskila, R. (2019). *Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online. 5(November), 128–137.*
<https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pratiwi, G. (2021). *Jurnal bisnis mahasiswa. 121–134.*
- Primadineska, R. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Makrame (Studi pada Taritali Makrame). 3(2), 175–188.*
- Pujiati, H. (2023). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Promosi*

*terhadap Minat Beli Kopi Kenangan pada Mall Ambassador ,
Jakarta Selatan. 6(2), 88–100.*

Putri, D. M. H. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA CAFE SEDUH DI BESUKI DENGAN MINAT
BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. 3(6), 1118–1132.*

Putri, S. M. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli
Konsumen Pada Toko Sneakerspku9 The Influence Of Influencer
Marketing On Consumer Buying Interest In Sneakerspku9 Shops.
113.*

Racellita et.al. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Citra Merek
Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Operator
Kartu Seluler Tri (3) Di Palembang. 3(1), 78–91.*

Ridwan, I. (2021). *The Asia Pacific. 8(2), 79–88.*

Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (n. d.). (2023). *PENGARUH
PEMASARAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI. 3(2), 34–37.*

Santoso, G. A. (2022). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi*

universitas sam ratulangi (jmibi unsrat). 9(1), 68–81.

Selvia, M., Tumbel, A. L., Djemly, W., Harga, P., Kualitas, D. A. N.,
Terhadap, P., Pembelian, K., Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly,
W. (2022). *PRODUK KOSMETIK SCARLETT WHITENING PADA
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS THE EFFECT
OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASE
DECISION OF SCARLETT WHITENING PRODUCTS ON
STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND Jurnal
EMBA Vol . 10 No . 4 Oktober 2022 , Hal . 320-330. 10(4), 320–330.*

Setiawati, A., & Zulfikar, R. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja
Dan Emosi Positif Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Pada
Konsumen Merdeka Arcade Factory Outlet). 1(2), 139–146.*

Setyawan, A. A., Ekasari, R., & Dewi, N. N. (2020). *Pengaruh produk,
harga, promosi terhadap minat beli konsumen lele di sidoarjo. 3(1),
224–234.*

Stevani, N., & Junaidi, A. (2021). *Pengaruh Influencer terhadap Minat
Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram. 5(1), 198–203.*

Susanti, A. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas*

pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo. 6(1), 1–14.

Syahroni, M. I. (2022). *PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. 2(3), 43–56.*

Tyra, M. J., & Manajemen, P. S. (2022). *Kegiatan penulisan artikel di jurnal. 0210016301.*

Usman. (2020). *PENGUJIAN PERSYARATAN ANALISIS. 7(1), 50–62.*

Vildayanti, R. A., & Alfindo, P. T. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Eromoko Jaya Tanah Abang Di Jakarta Pusat). 07.*

Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA).*