

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>
- Adhinata, R. F. (2023). *Pengaruh E-Service Quality, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Traveloka*. <https://repository.stimykpn.ac.id/443/>
- Agustin, N. H. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAAN PRODUK PADA PT. ANUGRAH JAYA TRIMAR*. <http://repository.buddhidharma.ac.id>
- Alvionita, H. (2022). *PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DAN MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA BLUD RSUD INDRASARI RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU*.
- Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/I Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 593–604.
- As'adiyah, B. B. A., Karnadi, & Sari, R. K. (2022). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN HANASUI DENGAN PROMOSI SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA KONSUMEN SHOPEE DI KELURAHAN DAWUHAN SITUBONDO*. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(1).
- Astuti, E. D. (2023). *Pengaruh Harga, Promosi, Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Buket di Astalina Bucket Yogyakarta*. 1–23. <https://repository.stimykpn.ac.id/444/>
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29–35. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1230>
- Carolina, N. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/53498>
- Darmawan, I. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Krupuk Bocah Tua Di Hokky Graha Family Surabaya. *Skripsi*, July, 1–134.
- Djati, T. A. (2020). Pemasaran Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen “Decoy Effect” Membeli Produk Yang Lebih Mahal. *Jurnal Brand*, 2(2), 190–194.
- Edyansyah, & Ahyar, J. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 47–55.

- Efendi, F. B., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific (Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 762. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1055>
- Ekowati, S., & Finthariasari, A. M. (2020). Jurnal ilmiah akuntansi, manajemen & ekonomi islam (jam-ekis) volume 3, no. 1, januari 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam (Jam-Ekis)*, 3(1), 1–14.
- Elyana. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online Di Kota Batam*. <http://repository.upbatam.ac.id/847/>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282.
- Fernando, S., & Simbolon, R. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Advent Indonesia)*. 9(1), 356–363. <https://doi.org/https://doi.org/10.58303/jeko.v15i1c.2837>
- Firdan, M., & Artanto, F. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee Pada Mahasiswa di Pekalongan. *BISMA: Business and Management Journal*, 2(1), 73–80. <https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.php/bisma/article/view/576>
- Ganesha, T. P., Rinanda, S., & Sanjaya, V. F. (2021). pengaruh harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Thrift store di Instagram. *Digital Economic, Management and Accounting Knowledge Development (DEMAND)*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.46757/demand.v2i1.140>
- Habibah, A. (2020). Analisis Labelisasi Halal, Harga dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie. *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 6(1), 59–84. <https://ejournal.kopertais4.or.id/pantura/index.php/qiema/article/view/3511>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 1(1), 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Haqiqi, N., & Adji, W. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farm Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 717–729.
- Harahap, L. K. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas

- Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Hidayat, M., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Alfamart di Jalan Tangkuban Perahu, Kerobokan Badung. *Jurnal Manajemen*, 1(4), 67–78. <http://ejournal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1229>
- Jesslyn. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Agung Toyota Batam. *Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1–55. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/885>
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.845>
- Lestari, A. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik missyshop official di kota makassar. *Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar*, 21(1), 1–9.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- Mafiana, S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pelanggan Alafamart Solo Raya)*. https://eprints.iain-surakarta.ac.id/8927/1/Skripsi_Siska_Mafiana_195211356_MBS.pdf
- Maghfiroh, V. (2021). Moderasi IT Capability Terhadap Hubungan Proses Bisnis Perusahaan dengan Kinerja Karyawan PT. Eratex Djaja Tbk. *Skripsi Sistem Informasi Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 38. [http://digilib.uinsa.ac.id/54043/2/Vela Maghfiroh_H76218045.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/54043/2/Vela%20Maghfiroh_H76218045.pdf)
- Marhamah, M., Hildayanti, S. K., & Purnamasari, E. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Klinik Kecantikan di Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 4(3), 120–131. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v4i3.1424>
- Marpaung, F. K., Arnold, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga,

- Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen, LMII Medan*, 7(1), 49–64. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Maryati, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. http://repository.upbatam.ac.id/2487/1/cover_s.d_bab_III.pdf
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua*, 3(1), 13–24.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275.
- Muhson, A. (2022). Analisis Statistik Dengan SmartPLS. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 1–34.
- Mukhlisin. (2020). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompetensi, Dan Kompensasi Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Kinerja Personil Humas Di Lingkungan Unnes*. 223.
- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok ”Liar”). *Jurnal Manajemen Danbisnis (Jumanis)*, 2(1), 2076–2086. <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/982>
- Nugroho, D. A. (2021). Pengaruh Kuaitas Produk, Harga, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer Tono Motor di Kota Semarang. *Fisheries Research*, 140(1), 6.
- Nurliyanti, N., Anesthesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Nusrang, M., Fahmuddin, M., & Hafid, H. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia. *Seminar Nasional Dies Natalis 62, 1*, 543–548. <https://doi.org/10.59562/semnasdies.v1i1.1088>
- Oktaviani, S. (2022). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK LUNICA. *Skripsi*. <https://repositori.buddhidharma.ac.id/1357/>
- Pamungkas, N. T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan Dan Harga Ditinjau Dari Konsep Islam Terhadap Impulse Buying Pembelian Busana (Studi Kasus Pada Konsumen Di Matahari Department Store

- Semarang). *Eprints.Walisongo.Ac.Id.*
https://eprints.walisongo.ac.id/15187/1/1505026129_Nonia Tri
 Pamungkas_Full Skripsi - nonia tri pamungkas.pdf
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Prawira, E. Y., & Sukardi. (2020). PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO PADA MASYARAKAT KOTA YOGYAKARTA. *Jurnal Fokus*, 9(1), 64–75.
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (SEM) untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Keselamatan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 di Kota Ambon. *Indonesian Journal of Applied Statistics*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.13057/ijas.v4i1.45784>
- Putti, A. R. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Usaha Kreatif All Crafts Supply Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(4), 141–152.
- Rangkuti, F. R. A. (2020). *Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jawara Roti Dan Kue Cabang Taruma Medan*.
- Restia, S. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Ksu Bmt Dana Mentari Muhammadiyah Purwokerto. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2).
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari ECO Desa Sambung

- Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16), 138–155.
www.fe.unisma.ac.id
- Silvia, B. S. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW (Studi Kasus Konsumen MS GLOW Di Kecamatan Ceper Klaten). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*.
[http://repository.unwidha.ac.id:880/2891/%0Ahttp://repository.unwidha.ac.id:880/2891/1/Silvia Fix.pdf](http://repository.unwidha.ac.id:880/2891/%0Ahttp://repository.unwidha.ac.id:880/2891/1/Silvia%20Fix.pdf)
- Simanjuntak, Y. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION DI MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA)*. <https://repository.stimykpn.ac.id/385/>
- So'imah, N. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Kehalalan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/19760/>
- Sodiq, F., Maharani, W., Nisa, I. M., Satria, E. R. P. B., & Faizah, R. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas University Stress Scale. *Prosiding University Research Colloquium*, 136–140.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Susanti, M., Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Promosi dan Merchandising terhadap Impulse Buying melalui Shopping emotion sebagai Variabel Intervening (Studi Produk Pakaian di Royal Plaza Surabaya). *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis (JIKB)*, 12(2A), 204–217.
- Ulfa, R. (2020). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>
- Violin, V., Mawardi, S., & Nasriani, N. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Distribusi terhadap keputusan pembelian minuman Coca-Cola di Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 2(2), 205–213. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v2i2.85>
- Wijaya, F., Susanti, R., & Silitonga, G. E. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk dan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Titik Koma*.
- Yuliza, T., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Area, U. M. (2020). *SKRIPSI Oleh: TATA YULIZA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN*.
- Zahra, A. R., & Aslami, N. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Asuransi. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(1), 46–53.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen. In *Jakarta: Indeks*.