

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., & Pelawi, S. P. (2015). *Jurnal Quonomic Vol. III No. 02 - Oktober 2015 / ISSN No. 2339-2037. III(02)*, 10–18.
- Amstrong, G. & Philip K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Banyamin Molam*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Apriando, A. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Minuman Energi m-150). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 18 (2), 166–183.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6719>
- Bilgies, A. F. (2017). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 78–90. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.7>
- Fahmi, M. (2022). Pengaruh Harga dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Fashion di Pasar Cilmus Kuningan. *SI Ekonomi Syairah IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Vol. 1*.
- Firdaus, Q., & Suhaeni, T. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(2), 64–71. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v6i2.2218>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (1st ed.). Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hartanto, B. L. I. (2020). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. Pustaka Pelajar.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas* (N. A. Aziz (ed.); 1st ed.). Health Books Publishing.

- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 9(2), 100–110. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v9i2.848>
- Komari, A. (2017). Pengaruh Ketersediaan Produk, Efisiensi Waktu, Harga, Dan Kenyamanan Terhadap Frekwensi Pembelian Produk Melalui Internet. *Kinerja*, 9(1), 81–88. <https://doi.org/10.24002/kinerja.v9i1.905>
- Kusumastuti, A. M. A. K. & T. A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Y. A. Wati (ed.); 1st ed.). Deepublisher.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Faktor–faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas. *E-Journal*, 10(3), 62–68. <http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/PARADOKS/article/view/820>
- Ningsih, C. S., & Anah, L. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3(2), 165–184. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i2.220>
- prof. dr sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5 (2), 82–85.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing (Panduan Bagi Peneliti Pemula)* (Pertama). Mulawarman University Press.
- Renata, M. (2020). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang dengan kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening dalam Study Kasus Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Clea. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7 (1). II.
- Riduwan. (2014). *Rumus dan Data Dalam Statistika*. Bandung: Pustaka Setia.
- Saragih, L. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Sari, R. K., Yulisetiari, D., & Sudaryanto. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 115–126.

- Situngkir, M. B., & Rahayu, Y. I. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *The 2 Nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021) Universitas Widyagama Malang*, 2(Wnceb), 174–183.
- Sudaryana, B. R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Gunadi (ed.); 1st ed.). Deepublisher.
- Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan(Amdk) Cleo Didaerah Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9 (AMDK)), 1689–1699.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304–313. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36229>
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Syahputri, N. M., & Marliyah, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya*, 6(1), 282–296. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Keberagaman Produk, Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 123–132. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>