

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., & Dewi, M. S. E. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 80–87. <https://doi.org/10.32722/eb.v20i1.4065>
- Aditya, G. (2024). *Minat Beli Ulang: Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk*. PT Media Pustaka Indo.
- Amstrong, G. & Philip K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Banyamin Molam*. Penerbit Prenhalindo.
- Anditora dan Ahmadun, T., Kunci, K., Produk, K., & Beli, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Tas Sam Collection Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 9(1), 2623–1719. <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen68>
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Fandy, T. (2011). *Service Quality and Satisfaction* (Edisi 3). Andi Offset.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 104–113. <https://doi.org/10.37932/j.e.v9i2.56>
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55. <https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (1st ed.). Universitas Diponegoro.
- Gunarso, K. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Equator Jurnal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 5 (3).
- 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.

- 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>
- Indriyo, G. (2014). *Pengantar Bisnis*. BPFPE.
- Jiwandono, A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Bakso Tiara Kediri (Studi Pada Konsumen Bakso Tiara Kediri Di Tulungagung). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 105–124. www.fe.unisma.ac.id
- 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>
- Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. BPEE.
- 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>
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Nas Media Pustaka.
- prof. dr sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 162–170.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap Minat beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, XVII(2). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2541%0A>
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/2541/1741>

- 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.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Sudaryana, B. R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Gunadi (ed.); 1st ed.). Deepublisher.
- Susanti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Menara Ekonomi*, 3(5), 1–10. jurnal.umsb.ac.id
- 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>
- Tonce, Y. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. CV. Adanu Abimata.
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Niagaawan*, 6(2). <https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>
- Whisnu, D. S. B. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Beli Ulang*. Media Pustaka Indo.
- 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>
- Widiarti Lestariningsih, Helmi Azahari, & Toto Parwono. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i2.32>