

DAFTAR RUJUKAN

- Aftika, S., Kartika, W., Widyasari, S., & Sanjaya, V.F. (2020). Pengaruh Rating Review Belanja Di Shoppe Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 141149.
- Ardiansyah, N. R., Fitriadi, B. W., & Yusnita, R. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 131-141.
- Bangun, C. S., Suhara, T., & Husin, H. (2023). The Application of Theory of Planned Behavior and Perceived Value on Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal*, 8 (1 Special Issues), 123-134.
- Citra, Tamara dan Suryono. (2016). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang)”. *eCo-Buss Jurnal*, Volume 5, Nomor 2 (hlm. 1-12).
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (Cet. Ke-10)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gitosudarma. I. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua. BPFE. Yogyakarta.
- Hasana, H., & Alamsyah, G. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Smartphone Realme Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 85-93.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 11(1), 59-72.1
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.

- Irawati, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Second Brand. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 646-651.
- Jahanshani, A. A., Hajizadeh, G. M. A., Mirdhamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. S. (2011). Study the effects of customer service and product quality on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1 (7), 253-260.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (Ed. 13). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Marketing: An introduction*. Pearson.
- Maino, G. P., Sepang, J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184-190. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.37678>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business & Economics (JABE)*, 9(2).
- Putri, R. B. A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Sلبew. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(1), 21-29.
- Racellita, R., & Megawati, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Operator Kartu Seluler Tri (3) Di Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 78-91.
- Rahman, A., Widarko, A., & Farida, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Iphone (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen: Consumre Behavior* (7th ed.). PT. Indeks.

- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 201-212.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Spears, N., & Singh, S. (2017). The Impact of Brand Experience on Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Satisfaction and Brand Trust. *Journal of Brand Management*, 24(5), 465-478.
- Subagyo. (2010). *Marketing In Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 842-849.
- Swasta, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. (Edisi 2, Cet. 13). Erlangga
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zein, Ratu Marsya C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Citra Merek Distro Sanels Denim. *TEROPONG: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 10(3), 135-145, <http://dx.doi.org/10.22441/teropong.v10i3.16788>