

DAFTAR RUJUKAN

- Alawi, M. F., Arisman, H. A., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 194-203.
- Amalia, H., & Nurhayati, I. (2023). Pengaruh Promosi dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 122-135.
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 36-44.
- Baihaqi, M. I., Hadi, N. P. S., & Pradita, F. P. (2023). Penggunaan Fintech Pada Mahasiswa Di Level Perguruan Tinggi: Mengungkap Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 763-772.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya). *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Erlangga, Y., & Madiawati, P. N. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Café Eskalasi Space Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 10(5).
- Firdaus, N. N., Irda, & Wati, L. (2020). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone 11 Sumabar Smarthphone*. 12, 3-4.
- Gunawan, S. (2022). *Strategi Promosi Efektif untuk Produk Minyak Cengkeh di Pasar Indonesia*. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 12(4), 75-90.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- 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, T. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli (Studi kasus pada smartphone Samsung di Neo Komunika). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 195-202.
- Hakim, T. L., Hidayati, N., & Rahmawati, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Dengan Instagram Terhadap Minat Beli Produk Eiger Di Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(06).

- Haqiqi, N., & Adji, W. H. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di perkebunan andritani farm Kabupaten Cianjur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 717-729.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Vol 5 Nomo*.
- Muclhisin Riadi(2021). *Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan)*
- Patmawati, S., Indrastuti, I., Arhim, M., Fitri, F., Sukmawati, S., Halik, R. A. F., & Alim, N. 2023. Strategi Pengembangan Usahatani Minyak Daun Cengkeh (*Syzygium Aromaticum*). *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 6(1), 70-84.
- Puspitasari, N., Aphrodite, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Warta Dharmawangsa*, 17(1), 302-314.
- Paramita, A., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 660-669.
- Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2021). Analisis Mengenai Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Ditinjau Dari Sudut Pandang Syariah (Studi Pada Pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(01), 49-60.
- Rachmawati, D. (2021). Pengaruh Faktor Budaya dan Strategi Promosi terhadap Pilihan Produk Minyak Daun Cengkeh di Indonesia. *Jurnal Pemasaran dan Konsumen*, 9(2), 50-64.
- Sasongko, P., Washington, Ahmadi, P. (2022). Potensi Usaha Pengolahan Minyak Atsiri Daun Cengkeh di Kecamatan Sipora Selatan Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Journal of Food Technology and Agroindustry* Volume 4 No 2, pp. 100-115.
- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 201-212.
- Saputra Hidayat, dkk.(2021) *pengaruh citra merk, kualitas produk, kualitas layanan,persepsi harga,dan tempat terhadap minat beli konsumen pada bakso sido kangen pekanbaru.Vol 1 No 1*
- Samuel, & Setiawan. (2018). *Promosi Melalui Media Sosial, Brand Awerness, Purchase. Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47-52.
- Tondang, B. W. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Pekanbaru. *Jom Fisip, Vol. 6(Edisi II Juli-Desember)*.

- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan*, Vol 6.
- 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), 399-410.

