

DAFTAR RUJUKAN

- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Atas Keputusan Pembelian Beserta Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.3070>
- Andriana, L., Anitasarib, R., Putic, H. M., Rohimatd, M., & Yuliantie, A. (2025). Pricing Strategy And Value Based Marketing: Strategi Harga Dan Persepsi Nilai Pemakai. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 2(3), 1108-1113. <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jimp/article/view/1452>
- Andriyadi, B. P., & Ismartaya (2025). Persepsi Kualitas Produk pada Enthree Coffee & Kitchen Cibinong. *Karimah Tauhid*, 4(3), 1798-1805. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v4i3.17189>
- Antara Bali. (2024). Pemprov Bali Adakan Lomba Desain Kemasan Produk Minuman Tradisional Arak. Diakses dari: <https://bali.antaranews.com/berita/239454/pemprov-bali-adakan-lomba-desain-kemasan-produk-minuman-tradisional-arak>
- Ariasih, M. P., Putra, K. E. S., Santi, N. W. A., & Dewanti, M. A. (2024, December). Pemberdayaan Kapasitas Manajemen Usaha Berbasis Orange Economy Untuk Umkm Sektor Unggulan Di Desa Belimbing Pupuan. In *Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 255-261.
- Azam, A. M., Mauluddiyah, L. Z., Rukin, R., & Aisafitri, A. (2025). *Kualitas Pelayanan Saat Menjamin Kepuasan Pelanggan*. In Cv Widina Media Utama.
- Azizah, N. M., Riptanti, E. W., & Khomah, I. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk atas Keputusan Pembelian Kecap Kentjana di Kabupaten Kebumen. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(5), 412–421. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i5.1479>
- Dewi, N. L. P. R. Z., & Telagawathi, N. L. S. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Atas Keputusan Pembelian Gula Aren Pedawa Produksi Komunitas Tani Bima Dewa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 477–485. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v5i3.52927>

- Dewi, N. P. P. S., & Sujana, I. N. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga atas Keputusan Pembelian Produk Hers Protex. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(2), 321-329. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i2.92733>
- Fahmi, M., Lesmana, M. T., & Prayogi, M. A. (2024). Mediasi Customer Engagement Behavior: Digital Marketing dan Kualitas Makanan Guna Mencapai Kepuasan dan Keputusan Pembelian Pemakai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 39-58. <https://doi.org/10.30596/jimb.v25i1.16610>
- Fajarani, G. E., Hestiningtyas, A., Ivani, K. A., Studi, P., Terapan, S., Digital, B., & Balikpapan, P. N. (2024). Perancangan Desain Kemasan Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk Risol Di Kota Balikpapan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital Terpadu Politeknik Nusantara Balikpapan*, 1(1), 55-66.
- Faozen, F., & Angin, R. (2023). Peningkatan Omset Penjualan Produk Kelompok Pengusaha Mikro Kecil Aisyiyah Skala Rumahan melalui Pelatihan Pengemasan Produk dan Promosi Online/Offline. *Abdimas Dewantara*, 6(2), 129-138. <https://doi.org/10.30738/ad.v6i2.15131>
- Ferdinand. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. In *Universitas Diponegoro Press*.
- Fitria, U., & Suwendra, I. W. (2025). Pengaruh Harga dan Lokasi Atas Keputusan Pemilihan Kos di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 11-20. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.82465>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate beserta program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga atas keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 31-38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Hidayat, B., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga atas keputusan pembelian. *JIIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 559-564. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.6643>
- Hidayati, L., & Wibowo, D. (2023). Analisis biaya kualitas produk saat

- mempertahankan keberlangsungan usaha dan kepercayaan pemakai UMKM di Simo Sidomulyo. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(9).
- Imam, D., & Bachtiar, F. (2025). Analisa Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Atas Kepuasan Pemakai Gula Jahe Alami Sucenjurutengah. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 5(2), 2025. <https://doi.org/10.33086/amj.v9i1.7664>
- Ishak, R. A., Laekking, M., Amir, A., & Mahmud, A. (2024). The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Consumer Purchasing Decisions on Karawo Products in Gorontalo City. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 4(2), 1059–1068. <https://doi.org/10.58191/jomel.v4i2.276>
- Istiqomah, N. H., Syahrotul Magfiroh, & Zia Nafisa Habibana. (2024). Memahami Perilaku Pemakai: Tinjauan Aspek Psikologis saat Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran. *HEI EMA : Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 71–82. <https://doi.org/10.61393/heiema.v3i2.227>
- Jubaidah, S., Binangkit, I. D., Ahmad, I., & Suropto, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Atas Keputusan Pembelian di CV. Giat Plat Pekanbaru. *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 93–108. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/237>
- Kotler, P. D. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-18)*. Pearson; diterjemahkan oleh penerbit Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Pemakai Saat Memesan Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/78/3/.pdf>
- Kurniawan, H., Yuniarto, K., & Irfan Khalil, F. (2018). Introduksi Teknologi Pengemasan Gula Aren di Desa Kekait Kabupaten Lombok Barat. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 1(1), 118-123. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v1i1.28>
- Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Atas Keputusan

- Pembelian Produk Kosmetik Saat Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>
- Lestari, M., & Wismanoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Atas Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2188>
- Lestari, P. (2025). *Pengaruh Harga dan Lokasi Atas Keputusan Pembelian Pemakai Kaki Lima di Pasar Batahan* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan). [10.47467/elmal.v1i2.473](https://doi.org/10.47467/elmal.v1i2.473)
- Lie, B., Tjokrosaputro, M., Ariniputri, N., Krisnaputra, A., & Devotyasto, M. (2023). Factors affecting purchase intention of healthy drinks. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(4), 2639-2649. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2639-2649>
- Maghfiroh, R. (2022). *Perbedaan Minat Pembelian Ditinjau Dari Jenis Kemasan Produk PASniTAHU Dan Jenis Kelamin Pemakai* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS JAMBI). <https://repository.unja.ac.id/>
- Maharani, I. A. M. N., & Suwendra, I. W. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk atas Keputusan Pembelian Kain Tenun Prana Sutra di Desa Kalianget. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 21-28. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.82543>
- Maharta, G. W., Meitriana, M. A., & Zuhri, A. (2019). Pengaruh Store Image Atas Keputusan Pembelian Kosumen pada Krisna 5 Singaraja. *Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(1), 179. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i1.20108>
- Mardiayanti, M., & Andriana, A. N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk atas Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 1091–1109. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i3.560>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Atas Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 106–118. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Muin, A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Literasi

Nusantara Abadi.

- Muliajaya, I. M., Sujana, I. N., & Indrayani, L. (2019). Pengaruh Viral Marketing dan Harga Atas Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 628–636. <https://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/806>
- Nuzula, E. F., & Hariasih, M. (2024). The influence of brand ambassador, product quality, and price on product purchasing decision store in Sidoarjo. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(10), 4270–4285. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i10.6675>
- Oktrichaendy, F. O., Pradhanawati, A., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan atas Keputusan Pembelian pada Lost In Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 452–453. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34971>
- Permatasari, D., & Susanto, A. (2023). Factors affecting purchasing decisions for leather craft: Price, quality, and service. *ACOPEN: Academic Open Access Publishing*, 8(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.8.2023.3545>
- Pramesti, D. Z., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Atas Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 65-71. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.61833>
- Pratiwi, E. A., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Atas Keputusan Pembelian Lampu Visicom Led Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/6075/6128>
- Putri, E. R., Ali, H., Khan, M. A., Sawitri, N. N., & Navanti, D. (2025). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Atas Keputusan Pembelian Brand Fashion Airlabels Di Summarecon Bekasi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 1235–1251. <https://doi.org/10.62335/sinergi.v2i3.1005>
- Putri, M. N., Sudarso, S., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Atas Keputusan Pembelian Beserta Kepuasan Pemakai Sebagai

- Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2547–2577. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5447>
- Putri, R. M., Mahmud, Anomsari, A., & Purwatiningsih, A. P. (2024). Pengaruh Harga Dan Nilai Yang Dirasakan Atas Minat Beli Ulang Beserta Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pemakai Indomaret Di Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(3), 748–764. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i3.2511>
- PwC Indonesia. (2025). Voice of the Consumer 2025: Economic instability and cost of living pressures influencing Indonesian consumer decisions and priorities. Diakses dari: <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2025/english/economic-instability-and-cost-of-living-pressures-influencing-indonesian-consumer-decisions-and-priorities-according-to-pwc-voice-of-the-consumer-2025.html>
- Ramadhani, F., & Putra, R. (2023). The effect of price and product quality on consumer purchasing decisions through brand image. *International journal of finance, economics and business*, 2(1), 44-60.
- Reva, Y. N., Putri, I. N., Andita, K. P., Zalabyella, A., & Purwanto, E. (2025). The impact of quality and price on purchase decisions mediated by customer satisfaction. *Business and Applied Management Journal*. <http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v17i2.7050>
- Sagita, K. D. A. T., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Atas Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 266-275. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i1.82964>
- Salsabilla, F., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk atas keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(3), 474-480. <https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i3.86>
- Sari, D. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Sari, D. P., & Pratama, B. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk atas keputusan pembelian pemakai. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 112–120.

- Setiawati, W., Insani, S. M., & Ardiati, S. S. (2024). Peran Marketing Atas Omset Penjualan UMKM. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 52-61. [10.61132/menawan.v2i5.782](https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.782)
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Pemakai: Teori dan Implikasi untuk Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunjoyo. (2012). *Aplikasi untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Alfabeta.
- Suprpto, Y., Laulita, N. B., & Yosuky, D. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Harga, Nilai Yang Dirasakan, Dan Promosi Atas Keputusan Pembelian Merek Otomotif Internasional Yang Di Mediasi Oleh Persepsi Kualitas. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 14(1), 123-149. <http://dx.doi.org/10.35906/equili.v14i1.2303>
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Atas Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan atas Kepuasan Pemakai. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran: Vol. III (Issue 4)*. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Valentine, L., Aisyah, M. N., Riono, S. B., Yulianto, A., & Zaman, M. B. (2023). Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Fasilitas atas Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal: Studi Kasus pada Mahasiswa UMUS. *Gemilang: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(4), 409-428. [10.56910/gemilang.v3i4.1309](https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i4.1309)
- Wachidi, W., Rodgers, A., & Tumanov, D. Y. (2020). Professional Competence Understanding Level of Elementary School in Implementing Curriculum 2013. *International Journal of Educational Review*, 2(1), 99–105. <https://doi.org/10.33369/ijer.v2i1.10642>

- Wibowo, A. E., Hardini, W., Cherryline, V., Batam, P. P., Batam, K., Beli, K., & Kuliner, P. (2025). Peran promosi dan harga saat membangun keputusan beli. *JURSIMA*, 12(3). <https://doi.org/10.47024/js.v12i3.1137>
- Wulandari, N., & Hidayat, R. (2021). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ditinjau dari perspektif pemakai. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 55–67. [10.31294/widyacipta.v6i1.11126](https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i1.11126)
- Yudita, M. A., & Sugiyono, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Atas Kepuasan Pelanggan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1–18. <https://doi.org/10.32493/SMK.V2I1.2662>
- Zebua, T. N., Sari, E. C., Lubis, I. H., M., Humaira, S., Manurung, J., Siregar, L. V. C., & Absah, Y. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Produk Melalui Packaging dan Kebersihan Produk untuk Menjamin Keberlangsungan Usaha Masyarakat Denai Lama Kecamatan Pantai Labu Kabupaten Deli Serdang. 203–217. <https://doi.org/10.62951/karyanyata.v1i4.887>
- Zubaidah, I., & Latief, M. J. (2022). Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pemakai E-commerce Shopee di Lingkungan RT08/RW10 Sriaumur Bekasi. *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 324–333. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.674>

