

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.28794>
- Ali, H. (2019). Purchase Decision And Repurchase Models: Product Quality And Process Analysis (Case Study Of House Ownership Credit Financing In Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 05(09), 526–535. <https://doi.org/10.36348/Sb.2019.V05i09.006>
- Amron Amron. (2018). “Effects Of Product Quality, Price, And Brand Image On The Buying Decision Of City Car Product”. *Archives of Business Research* – Vol.6, No.4
- Anastasia, Ulva dan Yulia Nurendah. (2014). “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 2 No. 2, 2014 pp. 181-190 STIE Kesatuan ISSN 2337 – 7860.
- Andrianto, H. N. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- 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.
- Arumsari, Dheany, Khasanah, & Imroatul. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan ( Amdk ) Merek Aqua ( Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Mart Kpri Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah ). *Institutional Repository (Undip-Ir)*, 57. [http://eprints.undip.ac.id/35569/1/Jurnal\(Edit\).Pdf](http://eprints.undip.ac.id/35569/1/Jurnal(Edit).Pdf)
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia ( Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang ). *Faculty Of Economics And Business > Department Of Management*, 9–65. <http://eprints.undip.ac.id/27924/>
- Basrah Saidani, M. Aulia Rachman, Mohamad Rizan. (2013). “Pengaruh Kualitas

Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol. 4, No. 2.

Brata, Baruna Hadi. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Nitchi Di PT Jaya Swarasa Agung di Jakarta Pusat”.*Saudi Journal of Business and Management Studies*. Penerbit Beasiswa Timur Tengah ISSN 2415-6671 (Online) Dubai, Uni Emirat Arab.

Budyanto, T. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PTCamar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16 (4), 488-500.

Dan, P. A. (2010). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2010. *Universitas Stuttgart*.

Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 3(1), 11–18.

Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya). *Manajemen*, 1–114.

Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>

Fadhilah, M., Fatmaningrum, S. R., & Susanto. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah Mea*, 4(1), 176–188.

Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran, M. (2021). “Pengaruh Online Customer Review Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” (Studi Kasus Di Kota Semarang) Dita Feby Puspita 1) Dr. Dra. Cicik Harini, Mm 2) Dyah Ika Kirana Jalantina, Se, Mm 3) 1 ). 2019.

Gerung, Christy Jacklin. antje Sepang., Sjendry Loindong. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*.

- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 10(3), 237–245. [Http://E-Journals.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jadbis/Index%0apengaruh](http://E-Journals.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jadbis/Index%0apengaruh)
- Gunadi, Nikita Prisilia. (2015). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Canon Di Manado” *Jurnal Emba 214* Vol.3 No.1 Maret 2015.Kementrian Pendidikan Kebudayaan Universitas SAM Ratulangi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. [Https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Productivity/Article/View/32911/31075](https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Productivity/Article/View/32911/31075)
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. [Http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/2605](http://Jurnalmahasiswa.Stiesia.Ac.Id/Index.Php/Jirm/Article/View/2605)
- Hartanto, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Merek Islam, Ulasan Konsumen, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hidayat, R. R. (2022). *The Influence Of Price And Product Quality On The Purchase Decision Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 3(2), 241–252.
- Imaningsih, Erna S. dan Saiful Rohman. (2018). “The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions”. *Jurnal Ekonomi/Volume XXIII*, No. 02.
- Japarianto, Edwin. (2006). Analisis Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2): h: 81-87.
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 383–

392. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i5.231>

- Khadijah, Susan Novitasari dan Alimatul Khuzaimah. (2017). “Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Pada Business Centre Umi Sutindarwati Gresik”. *Jurnal Fakultas Ekonomi Gema Ekonomi* Volume 06, Nomor 02.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition*. 15e, 331. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kualitas, P., Dan, P., & Terhadap, H. (N.D.). *Dian Nur Fikhri 1) Rizal Ula Ananta Fauzi 2) Hari Purwanto 3)*.
- Lionarto, Melitina Tecoalu, S. W. (2022). Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal Of Manajemen And Business (Jomb)*, 4(527–545), 9–25.
- Pardede, Ratlan dan Tarcicius Yudi Haryadi. (2015). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management* Vol. 10 No. 1.
- Puspita, C. M., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2020.28079>
- Rahayu, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Online Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Febi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. *Skripsi*, 1–91.
- Rahman Efendi, A., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Inspired27 Pengguna E-Commerce Shopee). *Jiagabi*, 11(1), 105–112.
- Rusmiyanto. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 91–97. <https://doi.org/10.54622/Academia.V2i2.43>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.

- Sakinah, N., & Firmansyah, F. (2021). Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Purchase Intention Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 192–202. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7100>
- Samli, A., Coskun., Weber, Juli Ann, E. (2000). A Theory of Successful Product Breakthrough *Management. Journal Of Product & Brand Management*, 9(1): pp: 35-55.
- Saragih, Mm., B. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.10(N0.4), 320–330. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43797>
- Sengkey, M., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2021). The Effect Of Price Perception , Product Quality And Location On Consumer Purchase Decisions Through Buying Interest As Intervening Variables On Msme Products During The Covid-19 Pandemic. *European Journal Of Life Safety And Stability*, 6, 67–82.
- Shabrina, S. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 475–481.
- Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen. *Accounting And Managemen Journal*, Vol. 3, No. 1.
- Soewito, Yudhi. (2013). Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>

- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sutrisno, N., Haryani, A. D., Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 6(2012), 49. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V6i1.169>
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/Publik.V9i1.258>
- Thalib, S. (2021). *Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada*. 5(1), 86–98.
- Triwahyuni, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Un Pgrri Kendiri. *Manajemen*, 1, 2–15.
- Triyoko, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko. *Jurnal Daya Saing*, 8(1), 56–61. <https://doi.org/10.35446/Dayasaing.V8i1.818>
- Tsafarakis, Stelios, Evangelos Grigoroudis. & Nikolaos Matsatsinis. (2011)s. Consumer choice behaviour and new product development: an integrated market simulation approach. *Jurnal Masyarakat Riset Operasional*. 62, 1253– 1267.
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Tratintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Orphanet Journal Of Rare Diseases*, 2(2), 486–492. <https://doi.org/10.36805/Manajemen.V7i1.1951>
- Winadi, A. A., & Tyas, P. (2015). *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli*. 1(2), 978–979.
- Wulandari, D. A., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (Umkm Tahu Di Desa Sambong). *E-Proceeding Of Management, Volume 8,(5)*, 6093.
- Yudira, K., Nofirda, F. A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Quality Product, Dan Harga Terhadap Minat Beli Di Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru. *Ecounbis: Economics, Accounting And Business Journal*, 2(1), 15–26. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecounbis/article/view/220>

Yuliana, Y., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Eproceedings Of Applied Science*, 4(3), 232–237.

