

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. R., Mandiri, D. P., Astuti, W., & Arkoyah, S. (2022). Tantangan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 5(2), 352–365. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.Vol5\(2\).9505](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.Vol5(2).9505)
- Adilah, R., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Hanasui (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2823–2841. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i10.906>
- Ali Umar. (2024). Pengaruh Harga Minat pembelian Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 128–134. <https://doi.org/10.21776/Jmppk.2024.03.1.13>
- Amelia, N. I. (2025). Analisis Media Sosial Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Sepatu Aerostreet Nabilah. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(01), 15–18.
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 Di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal Of Marketing Science)*, 18(2), 166–183. <https://doi.org/10.14710/Jspi.V18i2.166-183>
- Aquila Fadini B, M. (2025). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Aquila. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jurkami)*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). Pengaruh 4p Green Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Bloomka Skincare. *Prosiding Senapenmas*, 1311. <https://doi.org/10.24912/Psenapenmas.V0i0.15204>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/Equi.V19i02.4531>
- Cahyani, P. D., & Feri, E. E. (2024). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 427–435. <https://doi.org/10.29408/Jpek.V8i2.24791>
- Calvin, J. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Call Me Bro. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume*, 6(4), 321–330. <https://doi.org/10.37715/Jp.V6i4.2554>
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). Pengaruh Marketing Mix (7p) Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar Di Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10–19. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.15.1.10-19>
- Dalimunthe, L. (2021). Pengaruh Self-Efficacy, Perceived Organizational Support Dan Employee Engagement Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Padang. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/Jmpis>
- Damanik, Y. R. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen. *Manajemen Jurnal Ekonomi*.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word

- Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 778–789. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1412>
- Daryanti. (2025). *Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Marketing, Word Of Mouth Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Kecantikan Ms Glow Di Kota Sumenep*. 4(6), 1321–1336.
- Daud, R. F., & Novrimansyah, E. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Jamu Tradisional Di Era Teknologi Digitalisasi 4.0. *Formosa Journal Of Applied Sciences*, 1(3), 233–248. <https://doi.org/10.55927/Fjas.V1i3.1031>
- Desiana, I., Fadilla, A., & Forkamma, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Halal Network Internasional (Hni) Pt. Herbal Penawar Alwahida Indonesia (Hpai)*. 5(1), 128–137.
- Dewi, S. A., Widiartanto, W., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Kompensasi Dan Work Life Balance Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Karyawan Pt Kai (Persero) Daop 4 Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 830–838. <https://doi.org/10.14710/Jiab.2022.36016>
- Ditahardiyan, P., & Hartoni, H. (2023). Perumusan Strategi Pemasaran Hijau Kerajinan Rotan Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jia (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(5), 362–373. <https://doi.org/10.37149/Jia.V8i5.825>
- Djoharuddin, D. (2021). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai. *Yume : Journal Of Management*, 5(2), 385–405. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.345>
- Djatnika, T., & Gunawan, A. I. (2021). Perspektif Adopsi Media Sosial Sebagai Implementasi Teknologi Manajemen Hubungan Pelanggan (Crm) Pada Umkm. *Bhakti Persada*, 7(2), 78–87. <https://doi.org/10.31940/Bp.V7i2.78-87>
- Dwi, D. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Minat pembelian, Dan Keputusan Pembelian Online Maharani Prima Skin Care Di Blitar. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1–23.
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Warung Kopi Cak Kebo. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(2), 107. <https://doi.org/10.19184/Ejeba.V8i2.24805>
- Elita Tanujaya Julianto. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29. <https://doi.org/10.58192/Ebismen.V1i4.146>
- Ely Arinawati, S. P. Dan B. S. (2021). Penataan Produk Smk/Mak Kelas Xii. In *Pt Gramedia Widia Sarana Indonesia* (P. 164).
- Fadilah. (2025). The Influence Of Social Media Marketing, Product Quality And Price On Purchase Decisions Through Purchase Intention. *Journal Of Tourism, Economics And Policy (Jtep)*, 506–523.
- Fatinah, W., Harianty, I., & Ismunandar. (2024). Motivasi Belanja Hedonis Dan Minat pembelian Harga Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Paylater. *Seminar Nasional Sosial, Sains, Pendidikan, Humaniora (Senassdra)*, 3(1), 89–102.
- Fatmaningrum, S. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea Sakti. *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 12(2), 291–301. <https://doi.org/10.37932/J.E.V12i2.608>
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi*

- Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.118>
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dengan Sem : Pedoman Penelitian Tesis, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Firdiansyah, R., & Wulandari, D. (2025). The Mediating Role Of Purchase Intention In The Influence Of Price, Product Quality, And Social Media Marketing On Purchase Decisions Of Used Car Consumers In Banyuwangi. *International Journal Of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management And Sharia Administration (Ijebir)*, 04(04), 1375–1388.
- Fitriani, L. K., Putri, S., & Fisyr, A. (2023). Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Lotion Viva Survei Pada Konsumen Cirebon. *Frima*, 6681(6), 631–638.
- 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.
- Haidir, H. (2022). Strategi Manajemen Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Jurusan Program Keagamaan Man 3 Bungo. *Jurnal Pendidikan Guru*, 4(1). <https://doi.org/10.47783/jurpendigu.v4i1.433>
- Haq, M. G. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(134), 31–38.
- Harto, B. R., & Munir, Z. (2021). Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 9(1), 89–98.
- Helen Febrina, & M.L. Denny Tewu. (2023). Resiko Sistem Manajemen Kinerja Yang Buruk Terhadap Perusahaan Start Up Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 3(2), 131–146. <https://doi.org/10.33541/mr.v3i2.5051>
- Hermansyah, S., & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Koja Jakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 3882. <https://j-innovative.org/index.php/innovative/article/view/2558>
- Hermawan, A., Hidayah, N., & Utami, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Green Marketing, Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen Kopi Lawoek Temanggung). *Borobudur Management Review*, 3(1), 46–61.
- Hermawan, I. G. N. W. (2023). Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Membeli Produk Jasa Pada Pandawa Kargo Di Kartasura Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(2), 102–112. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v13i2.1064>
- Iriandy, W., Hannan, S., & Farradia, Y. (2024). The Influence Of Product Quality , Price Perception , And Social Media Marketing Mediated By Purchase Intention On The Purchase Decisions Of Samsung Smartphones Among Millennials In Sukabumi City. *Dinasti International Journal Of Economics Finance And Accounting*, 5(2), 746–757.
- Isnaini, N. R., & Hanandhika, A. N. (2024). Daya Tarik Live Tiktok Mempengaruhi Minat Pelanggan Dalam Melakukan Pembelian Impulsif Berdasarkan Kerangka Stimulus-Organisme-Respon. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(7), 354–369.
- Karina Emelinda Octavian, & Syaiko Rosyidi. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, Penetapan Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Yppi Rembang. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 15–28. <https://doi.org/10.52333/kompetitif.v12i1.81>
- Kasakeyan, R. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Street Boba Manado. *Jurnal Emba*, 9(4), 1208–1217.

- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *Jamin : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/Jamin.V5i1.109>
- Kholid, A. N., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Product Layout, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Nusantara Mart Kec Sumberrejo Kab Bojonegoro. *Bima : Journal Of Business And Innovation Management*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.33752/Bima.V6i1.5290>
- Kurniawan, Y., & Mashariono. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Zahra Catering. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 10(1), 1–17.
- Lisdayanti, J. (2025). Pengaruh Iklan Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Toko Kasinta Store Kendari. *Jurnal Homanis: Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 32–47.
- Lutfiah, A. F., & Mardani. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2019). *E-Jrm : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 946–955.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.326>
- Maulana, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59059/Jupiekess.V1i3.335>
- Maulidya, S., Susita, D., & Handaru, A. W. (2023). Analisis Pengaruh Kerjasama Tim Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Umkm Di Kota Baubau. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 566–577.
- Mirandasari, N. M., Firmansyah, F., Islam, U., Maulana, N., Ibrahim, M., Gerbangkertosusila, J., & Kawasan, L. (2024). Mediated By Customer Satisfaction Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Gerbangkertosusila Atau Surabaya Raya Merupakan Aglomerasi Kota Megapolitan Di Jawa Timur Yang Berpusat Di Kota. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 7469–7483.
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman Di Cinema Xxi Manado Town Square. *Jurnal Emba*, 10(4), 1807–1818.
- Nabella, S., & Ida, F. (2024). Pengaruh Word Of Mouth, Persepsi Harga, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Hand & Body Vaseline Di Kota Semarang. *Economics And Digital Business Review*, 5(1), 439–452.
- Narbuko, Cholid., Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, 2015.
- Natasya. (2025). Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Ulang Mixue (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Sawah Besar). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*, 1(1), 53–67. <https://doi.org/10.52859/Jem.V1i1.714>
- Nugraha, R., Natsir, M., & Supriadi, B. (2024). The Role Of Purchase Intention As A Mediator Between Social Media, Price And Product Quality On Purchasing Decisions At The Inspired27 Distro In Malang City. *International Journal Of Multidisciplinary Research And Analysis*, 07(10), 4689–4697. <https://doi.org/10.47191/Ijmra/V7-I10-13>

- Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Edisi Keti). Prenada Media.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9 No. 4(4), 439–450.
- Pelengkahu, R. M., Tumbuan, W. J. F. ., & Roring, F. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Kota Manado. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 786–797. <https://doi.org/10.35794/Emba.V11i1.46181>
- Pratama, N., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2024). The Influence Of Price, Product Quality And Social Media Marketing On Purchasing Decisions: The Mediating Role Of Purchase Intention. *International Journal Of Economics Development Research*, 5(6), 4947–4961.
- Purba, E. Y., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Subway Margonda. *Co-Creation : Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 190–198. <https://doi.org/10.55904/Cocreation.V1i4.830>
- Purba, N. A., & Saryadi. (2021). The Effect Of Marketing Mix (Product, Price, Promotion And Distribution) On Yamaha Nmax Purchasing Decission In Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 110–118.
- Purnomo, N., & Hidayatullah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Umkm Pada Soto Ayam Haji Karim ) Prodi Manajemen , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Islam Lam. *Bisman*, 7, 394–410.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Kota Semarang). *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 77–88. <https://doi.org/10.30812/Rekan.V2i1.1120>
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab Di Pt. Sidomuncul Kebon Jeruk). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.
- Putri, D. M. H., Soeliha, S., & Sari, R. K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Seduh Di Besuki Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (Jme)*, 3(6), 1118. <https://doi.org/10.36841/Jme.V3i6.5030>
- Putri, E. R. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Fashion Airlabels Di Summarecon Bekasi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(7), 565–570.
- Putri, M. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Rahayu, D. W. S. (2021). Penerapan Minat pembelian Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/Akuntabilitas.V12i2.915>
- Rahma, A. W., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 3(1), 10–17.
- Rahma Annisa, P., & Pontjo Bambang, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Promosi Sebagai Variabel Intervening Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Surabaya Cabang Royal Regal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(8), 1–17.

- Ramadhanty. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Dalam Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)*.
- Rezky, M., Tinneke, M., Tumbel, M., Kalangi, J. A. F., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 3 Am Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Ridwan, S., Ermansyah, M. J., & Apriyana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(2), 1048–1070. <https://doi.org/10.31955/Mea.V8i2.4116>
- Rifani, R. A., Aryanti, S., & Syamsuriani, S. (2023). Pengaruh Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Livestream Tiktok Shop). *Amsir Management Journal*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.56341/Amj.V3i2.204>
- Riyoko, S., & Lofian, B. (2021). Model Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Jepara. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 113–120. <https://doi.org/10.29103/E-Mabis.V21i2.482>
- Sabilla, S. S. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Sidoarjo Shafa. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 5(3), 688–707. <https://doi.org/10.47747/Jismab.V5i3.1976>
- Salsa Febriantari, D., Herman Mulyono, L. Edy, & Mujahid Dakwah, M. (2023). Vol 2 No.3 Sept Pengaruh Influencer Marketing, Applicatison Quality Dan Online Customer Review Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shopee. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.29303/Jrp.V2i3.3273>
- Salsabilah, R., Siti Komariah Hildayanti, & Shafiera Lazuardi. (2024). Pengaruh Frugal Living, Harga Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.35870/Jemsi.V10i2.2305>
- Sanjaya, F. A., Ambarwati, R., & Lesmanawati, D. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Electronic Word Of Mouth (Studi Kasus: Konsumen Kedai “Ikhtiar” Banjarbaru). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 82–89. <https://doi.org/10.35130/Jrimk.V6i2.354>
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Tesis*, 23.
- Sari, Dyah Kumala, & Paludi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Uccello Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa Stein Jakarta 1 , Dosen Stein Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Sari, C. K., Mursyid, M., & Fahlefi, W. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bni Kantor Cabang Ugm Yogyakarta Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Al-Muraqabah: Journal Of Management And Sharia Business*, 4(1), 44–62. <https://doi.org/10.30762/Almuraqabah.V4i1.1301>
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal Of Economic And Management (Jecma)*, 3(2), 19–27. <https://doi.org/10.46772/Jecma.V2i1.612>
- Satria, A. P. (2023). *Pengaruh Store Atmosphere, Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal*. 1192, 240–253.
- Sekarwangi, P. T. C., Prawira, S. A., & Permana, E. (2022). Strategi Penggunaan Media Sosial

- Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 13(2a), 15–27. <https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.362>
- Seplina, F., & Evanita, S. (2024). “Strategi Komunikasi Green Marketing, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Siap Saji Dalam Upaya Mendukung Kampanye Ramah Lingkungan Kepada Konsumen.” (Studi Kasus Kfc Ahmad Yani Padang). *Jurnal Riset Ilmiah Multidisipliner*, 8(5), 107–118.
- Septiani, I., Udayana, I., & Hatmanti, L. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(1), 42. <https://doi.org/10.32493/Drb.V5i1.17205>
- Setianti, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2598–2605. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1700>
- Sigit, K. N., Awan, F., & Firmansyah, A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Paroti Di Alfamart Comal Kabupaten Pemalang The Effect Of Product Quality And Taste On The Purchase Decision Of Paroti Products At Alfamart Comal, Pemalang Regency. *Nusantara Hasana Journal*, 1(1), Page.
- Silfia, E. S. T. F. (2023). Pengaruh Personal Selling, Harga, Kualitas Produk Dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Rumah Tangga Pada Toko Remaja Lebeng Cilacap. *Tesis*.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>
- Sollu, Y., & Hendratmoko, H. (2024). Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sensatia Botanicals Di Jakarta. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 10616–10627. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9628>
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jibema: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 87–100. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i2.56>
- Sudjadi, S., Syaodih, E., & Andriani, R. (2023). Pengaruh Mutu Layanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi Kepuasan Pasien Di Rs Telogorejo Semarang. *Journal Of Economics And Business Ubs*, 12(6), 3685–3695. <https://doi.org/10.52644/joeb.v2i6.856>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif (1st Ed.)*. Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D) (4th Ed.)*. Alfabeta 2019.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba*, 9(4), 304–313.
- Sutedjo, A. S. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Serta Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Belanja Online Shopee. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 165–178. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v3i2.40>
- Sutrisno. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Customer Brand Engagement

- Terhadap Daya Saing. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 223–233. <https://doi.org/10.37012/Ileka.V5i1.2180>
- Tandibua, B. R., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Di Air Asia Indonesia. *Panorama Nusantara*, 18(2), 1–14.
- Themba, O. S. (2021). Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Melalui Harga, Minat pembelian, Promo Ongkos Kirim Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 925–932.
- Ulum, F. (2024). Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka Di Kota Malang. *Hasina: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1(1), 113–122.
- Viola, Margery, E., & Seri. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat pembelian Konsumen Mobil Honda Pt. Istana Deli Kejayaan (Idk2) Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 135–145. <https://doi.org/10.51622/Jbm.V1i2.1991>
- Wahyu Prasetyo, D., & Murti, W. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi Pt. Matahari Departemen Store. *Jurnal Manajemen Fe-Ub*, 9(2), 43.
- Walean, R. H., & Pratama, D. I. (2024). Impact Of Product Quality , Price , And Promotional Activities On Consumer ' S Purchase Decision On A Non -Subsidized Npk Fertilizer Market Leading Brand : Purchase Interest As A Mediator. *Daengku: Journal Of Humanities And Social Sciences Innovation*, 4(4).
- Waluyo, A. (2022). Pengaruh Customer Review Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Srikandi: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.25217/Srikandi.V1i2.2027>
- Wati, E. A. S. (2025). Analisis Promosi Media Sosial, E-Wom, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Sosial Dan Sains (Sosains)*, 5(3), 449–471.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i3.1471>
- Wijoyo, A. (2024). Examining The Impact Of Digital Economy On Consumer Preferences In The Metaverse Era: An Empirical Study On The Role Of Nfts And Tokenization In Changing Purchase Intentions. *Golden Ratio Of Data In Summary*, 4(2), 943–949. <https://doi.org/10.52970/Grdis.V4i2.748>
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/Jptn.V10n1.P1573-1582>
- Winarni, E. Widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (Ed.)). Bumi Aksara, 2018.
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami/V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan Pe). Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.
- Yulliyanie, T., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Bingas Manufacturing. *Eco-Buss*, 4(3), 505–515. <https://doi.org/10.32877/Eb.V4i3.283>
- Yusri, E., Aprila, B. N., Swanto, D. J., Rusilawatidan, E., & Maria, A. (2024). The Effect Of Motivation, Commitment And Organizational Culture On Job Satisfaction And Teacher Performance In Sma Se District Of Siak Small And District Of Bengkalis, Bengkalis Regency. *Lucrum: Jurnal Bisnis Terapan*, 2(2), 227–241.

Zebua, H. Y. (2022). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Pakaian Di Kelurahan Pasar Teluk Dalam. *Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(2), 160–172.

