

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis* (D. Prabantini, Ed.). Andi Offset.
- 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 Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529.
- Aqidah, L., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Jogle Di Situbondo Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(5), 1111–1124.
- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 23*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C., & Gudergan, S. (2017). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*.
- Haniscara, N. A., & Saino. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 533–543.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Universitas Brawijaya.

- Julianti, N. L., Nuridja, M., & Meitriana, M. A. (2014). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida Tahun 2014. *Jurnal Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*, 4(1).
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (B. Molan & B. Sarwiji, Eds.; 11th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (I. Nurmawan & Y. Sumiharti, Eds.; 3rd ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (I. Nurmawan & Y. Sumiharti, Eds.; 13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana, W. Hardani, & B. Sabran, Eds.; 13th ed.). Erlangga.
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79–91. <https://doi.org/10.21154/invest.v2i1.3830>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Mega Puspita, C., & Budiatmo, 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 Administrasi Bisnis*, 9(3), 268–275.
- Nawari. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanda Brownies Cabang Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(2), 168–182.
- Nuha, M. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang PRESSindo.
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Ratminto. (2006). *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Modal Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Pustaka Pelajar. <https://onsearch.id/Record/IOS3938.slims-2104?widget=1#description>

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (6th ed.). Indeks. <http://kin.perpusnas.go.id/DisplayData.aspx?pId=34666&pRegionCode=STIKOMSBY&pClientId=701>
- Septiawati, E. (2017). Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Batik Keris Nonongan Surakarta. *Magistra*, 29(99).
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi* (S. FL, Ed.; 1st ed.). Andi Offset.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (1st ed.). Pustaka Baru.
- Tjiptono, F. (2012). *PEMASAARN STRATEGIK EDISI 2* (2nd ed.). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (3rd ed.). Andi Offset. <http://laser.umm.ac.id/catalog-detail-copy/140004171/>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing* (3rd ed.). Andi Offset.
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607–618.
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(2), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Wilantara, R. F., & Susilawati. (2016). *Strategi dan kebijakan pengembangan UMKM : (upaya meningkatkan daya saing UMKM nasional di era MEA)* (R. Indrawan, Ed.; Cetakan kesatu). Refika Aditama.